



TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN KEMASAN *CANGGORENG SA'MA* POLEWALI
MANDAR**

**ARI PUTRA
1386141020**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
2018**

TUGAS AKHIR S1



**PERANCANGAN KEMASAN CANGGORENG SA'MA POLEWALI
MANDAR**

Diajukan Sebagai Syarat Untuk
Menempuh Ujian Akhir S1
Serta Memperoleh Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

**ARI PUTRA
1386141020**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
2018**

MOTTO

Masa depanmu dibentuk apa yang kau lakukan hari ini.

*Jagan hina permulaan seseorang karena kita belum tahu bagaimana
pengakhirannya.*

*Jangan berputus asa jika menghadapi kesulitan, karena setiap tetes
air hujan yang jernih berasal daripada awan yang gelap.*

ABSTRAK

Ari putra. 1386141020, Perancangan kemasan *Canggoreng Sa'ma* Polewali Mandar. Tugas Akhir. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar. 2018. Pembimbing: (I) Dr. Sukarman B, M.Sn. (2) Drs. H. Abdul Azis Said, M.Sn.

Perancangan ini bertujuan untuk membuat suatu desain kemasan mengenai khas tradisional yang ada di Polewali Mandar. Kumpulan data dalam perancangan berupa metode data primer dan sekunder yang berupa observasi dan wawancara ke toko-toko khas tradisional yang ada di Polewali Mandar serta dokumentasi. Konsep desain Kemasan yang akan dilakukan menggunakan konsep desain ramah lingkungan, dari konsep tersebut dihasilkan gambaran ilustrasi *Vector* dari bahan olahan dan bentuk produk *Canggoreng Sa'ma*, agar dapat memberikan informasi kepada mereka yang sedang mencari makanan khas tradisional khususnya *Canggoreng Sa'ma* Polewali Mandar.

Kata kunci : Kemasan, Etnik, *Canggoreng Sa'ma*.

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR

Laporan Tugas Akhir atas nama : **Ari Putra/ NIM 1386141020** dengan judul:
“Perancangan Kemasan *Canggoreng Sa'ma* Polewali Mandar” diterima oleh
Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri
Makassar dengan SK. Nomor: 991/UN36.21/PP/2018, tanggal 30 Mei 2018
untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi
Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri
Makassar pada hari 2018.



Disetujui Oleh:
Dekan Fakultas Seni dan Desain UNM

Dr. Nurlina Syahrir, M.Hum.
NIP. 19630121 198903 2 001

Panitia Ujian

1. Ketua Panitia
Dr. Nurlina Syahrir, M.Hum
2. Sekertaris
Drs. Abdul Azis Said, M.Sn.
3. Pembimbing 1
Dr. Sukarman B., M.Sn.
4. Pembimbing 2
Drs. Abdul Azis Said, M.Sn.
5. Penguji 1
Irfan Arifin, S.Pd, M.Pd.
6. Penguji 2
Dr. Ir. Agussalim Djirong, MT.

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS SENI DAN DESAIN

Alamat: Kampus FSD UNM Parangtambung, Jl. Dg. Tata Makassar Makassar 90224. Telp (0411) 888524

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa:

1. N a m a : Ari putra
2. N I M : 1386141020
3. Program Studi : Desain Komunikasi Visual
4. Judul : Perancangan Kemasan *Canggoreng Sa'ma* Polewali Mandar.

Tugas Akhir yang disusun oleh mahasiswa tersebut di atas, telah kami periksa dan menyatakan memenuhi syarat/layak untuk melaksanakan **Ujian Tugas Akhir**.

Makassar, 07 Mei 2018


ARI PUTRA
NIM. 1386141020

Dosen Pembimbing :

Drs. Sukarman B,M.Sn
NIP. 19660811 199201 1 005

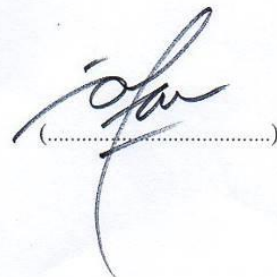


Drs. H. Abdul Azis Said, M.Sn.
NIP. 19581104 199003 1 003



Dosen Penguji :

Irfan Arifin, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19551201 198212 1 001



KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat karunia-Nya sehingga proposal ini dapat terselesaikan sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV), Fakultas Seni dan Desain (FSD), Universitas Negeri Makassar (UNM) dengan judul “Perancangan Kemasan *Canggoreng Sa'ma* Polewali Mandar”.

Perancangan ini didedikasikan kepada orang tua penulis yaitu Ayahanda Muh. Basir dan Ibunda Nurma yang telah membiayai saya, dan atas dorongan yang telah diberikan, bimbingan dan kasih sayang yang tulus serta doa yang tiada henti-hentinya dipanjatkan kepada Allah SWT demi kesuksesan penulis. Selain itu, penulis juga persembahkan perancangan ini kepada kakakku serta keluarga yang tiada henti memberi dorongan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari dalam penulisan laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak terkhusus kepada Bapak Drs. Sukarman B., M.Sn. (Pembimbing I), Bapak Drs. H. Abdul Azis Said, M.Sn. (Pembimbing II) yang selalu meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan motivasi, bimbingan, dan petunjuk serta saran hingga penulisan laporan ini dapat terselesaikan.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang tulus penulis juga sampaikan yaitu kepada :

1. Prof. Dr. H. Husain Syam M., TP. Rektor Universitas Negeri Makassar.
2. Dr. Nurlina Syahrir, M.Hum. Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar.
3. Drs. Abdul Azis Said, M.Sn. Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar.
4. Irfan Arifin S.Pd., M.Pd. dan Singara Raca yang senantiasa membantu dan meluangkan waktunya untuk penulis.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Seni dan Desain Prodi Desain Komunikasi Visual yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Terima kasih kepada kakanda Agung Rusman Putra, S.Ds. para sahabat beserta saudara-saudaraku DKV angkatan 2013 yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

Atas segala kebaikan dan ketulusan ini, penulis hanya bisa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian perancangan dan penyusunan skripsi ini. Semoga bantuan dan partisipasinya bernilai ibadah disisi Allah. Dan akhir kata, semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua orang. Amin.

Makassar, 05 April 2018

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
MOTTO	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Batasan Masalah.....	5
E. Tujuan Perancangan	5
F. Manfaat Perancangan	5
G. Skema ALur BERfikir	7
H. Metode Perancangan	8
1. Jenis dan Sumber Data	8
a. Data Primer.....	8
b. Data Sekunder	8
2. Teknik / Metode Pengumpulan Data	8
a. Wawancara	8
b. Observasi.....	9
c. Dokumentasi.....	9
3. Analisa Data	10
a. Analisa SWOT.....	10
b. Analisa Tabulasi	10
4. Skema Perancangan.....	11
5. Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KUMPULAN DATA	
A. Kumpulan Data	16
B. Kajian Teori.....	20
BAB III ANALISA DATA	
A. Analisa Objek / Materi Komunikasi.....	71
1. Sifat Produk	71
2. Analisa Lebel Kemasan Produk	71
3. Analisa Konsep Desain Kemasan	73
B. Analisa Dan Identifikasi Target <i>Audience</i>	76
1. Secara Geografis	76

2. Secara Demografis	76
3. Secara Psikografis	77
4. Secara Behavioral.....	78
C. Analisa Strategi Komunikasi Visual	78
1. Analisa Branding	79
2. Analisa Strategi Dan Sifat Komunikasi	79
3. Analisa Unsur Visual	80
4. Analisa Bentuk kemasan	80
5. Analisa Warna	81
6. Analisa Tipografi.....	84
7. Analisa Teknik Ilustrasi Kemasan.....	85
D. Analisa Kompetitor	88
E. Analisa <i>Positioning</i> Dan <i>Branding</i>	89
F. Analisa Media Komunikasi.....	90
1. Media Kemasan	90
a. Analisa Aspek Konsumen	90
b. Analisa Spek Lingkungan	91
c. Analisa Bentuk Dan Tampilan Kemasan	91
d. Analisa Material Kemasan	91
G. Usulan Solusi	99
1. Pemetaan Gagasan / <i>Mind Mapping</i>	99
2. Curahan Gagasan / <i>Brainstorming</i>	100
3. Possesioneering <i>Branding</i> Dan <i>Diferensiasi</i>	101
a. Possesioneering <i>Branding</i>	101
b. <i>diferensiasi</i>	101
4. Usulan Media Komunikasi Visual	102
a. Media Utama	102
b. Media Pendukung	102
c. Media Promosi	103

BAB IV KONSEP DESAIN DAN PROSES KREATIF

A. Konsep Desain	104
1. Konsep Strategi Komunikasi	104
a. Objek Materi Komunikasi.....	104
b. Target Audiens Spesifik	105
c. Strategi Komunikasi Visual	106
d. Sketsa Ide Awal.....	108
B. Proses Kreatif	114
1. Eksplorasi Visual.....	114
2. Digitalisasi	116

BAB V HASIL DESAIN DAN PEMBAHASAN

A. Media Utama	125
B. Media Pendukung	132
C. Media Promosi	133

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	134
B. Saran	134

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Alur Berfikir	7
Gambar 1.2 Skema Alur Perancangan	11
Gambar 2.1 <i>Canggoreng Sa'ma</i>	18
Gambar 2.2 Kandungan Gizi	19
Gambar 2.3 Dokumentasi Hasil Wawancara di Toko Industry	70
Gambar 3.1 Analisa Bentuk Kemasan	81
Gambar 3.2 Analisa Warna	84
Gambar 3.3 Analisa Material Kemasan	98
Gambar 3.4 <i>Mind Mapping</i>	99
Gambar 3.5 <i>Brainstorming</i>	100
Gambar 4.1 Penggunaan warna Pada lebel Kemasan	107
Gambar 4.2 Sketsa Bentuk Kemasan Sekunder	109
Gambar 4.3 Sketsa Bentuk Kemasan Sekunder	110
Gambar 4.4 Sketsa Bentuk Tipografi	110
Gambar 4.5 Sketsa Bentuk Lebel Kemasan	111
Gambar 4.6 Sketsa Kemasan Primer	111
Gambar 4.7 Sketsa Kemasan Sekunder	112
Gambar 4.8 Sketsa Bentuk Lebel Kemasan	112
Gambar 4.9 Sketsa Identitas Produk	113
Gambar 4.10 Sketsa Media Pendukung	113
Gambar 4.11 Sketsa Yang Terpilih	115
Gambar 4.12 Proses Digitalisasi Produk	116
Gambar 4.13 Hasil Digitalisasi Produk	116
Gambar 4.14 Proses digitalisasi Gaya huruf	117
Gambar 4.15 Hasil Digitalisasi Gaya Huruf	117
Gambar 4.16 Proses Digitalisasi Kemasan Primer	119
Gambar 4.17 Proses Digitalisasi Kemasan Sekunder	120
Gambar 4.18 Hasil Digitalisasi Kemasan Sekunder	120
Gambar 4.19 Proses digitalisasi Lebel Kemasan Sekunder	121
Gambar 4.20 Hasil Digitalisasi Lebel Kemasan Sekunder	121
Gambar 4.21 Proses Digitalisasi Bentuk Kemasan Sekunder	122
Gambar 4.22 Hasil Digitalisasi Bentuk Kemasan Sekunder	123
Gambar 4.23 Hasil Digitalisasi Bentuk Kemasan Sekunder	123
Gambar 4.24 Hasil Digitalisasi Kemasan	124
Gambar 4.25 Hasil Digitalisasi Kemasan	124
Gambar 5.1 Kemasan Primer	126
Gambar 5.2 Lebel Kemasan Sekunder	127
Gambar 5.3 Lebel dan Kemasan Sekunder	128

Gambar 5.4 Hasil Foto Kemasan	129
Gambar 5.5 Tempat Display Produk.....	130
Gambar 5.6 <i>Totte Bag</i>	130
Gambar 5.7 X-Benner	131
Gambar 5.8 Hasil Foto Media Promosi	131

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Produsen Toko <i>Canggoreng Sa'ma</i>	67
Tabel 2.2 Produk Toko Industry Anugrah	69
Tabel 3.1 Analisa Konsep Kemasan	73
Tabel 3.2 Analisis Warna.....	81
Tabel 3.3 Analisis Tipografi	84
Tabel 3.4 Analisis Ilustrasi.....	86
Tabel 3.5 Analisa Kompetitor	88
Tabel 3.6 Analisa Material Kemasa	92
Tabel 4.1 Penggunaan Tipografi	106
Tabel 4.2 Pesan Dan Simbol Pada Rancangan Kemasan.....	118

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara umum kemasan merupakan bagian terluar yang membungkus suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan dan benturan-benturan, terhadap benda lain. Setiap bentuk barang benda yang membungkus suatu benda di dalamnya dapat disebut dengan packaging/kemasan sejauh hal tersebut memang melindungi isinya.

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 Pasal 1 Nomor 2 Tentang Perindustrian, Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.

Produk adalah suatu barang yang ditawarkan oleh seorang produsen dan harus diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi oleh seorang konsumen pasar sebagai pemenuhan kebutuhan hidup. Ada bermacam-macam produk yang dapat ditawarkan antara lain sebagai contoh bisa berupa barang fisik, jasa dan lain-lain. Produk yang ditawarkan bersifat sebagai suatu usaha, dalam usaha tersebut produsen berkeinginan untuk mendapatkan keuntungan dari produk yang ditawarkan dan diminati oleh konsumen. Pada usaha makanan ringan tradisional produsen harus lebih mengoptimalkan kualitas rasa dan desain kemasan tersebut agar dapat bersaing di pasaran dengan produk-produk lain. Penampilan kemasan juga dibutuhkan, karena

penampilan serta bentuk variasi makanan ringan Tradisional akan bersaing dengan produk makanan pabrikan yang mempunyai kualitas rasa dan desain kemasan yang membuat konsumen tertarik untuk membelinya

Perkembangan industri di Indonesia sekarang ini berlangsung sangat pesat seiring kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Proses industrialisasi masyarakat Indonesia makin cepat dengan berdirinya perusahaan dan tempat kerja yang beraneka ragam. Perkembangan yang dialami tidak hanya peningkatan, tetapi juga terjadi penurunan. Sehingga dari tahun ke tahun perindustrian di Indonesia mengalami peningkatan dan penurunan. Baik dari sektor pertanian, kerajinan tangan, makanan, properti, dan lain sebagainya setiap tahun mengalami peningkatan dan penurunan. Dan saat ini banyak bermunculan industri-industri kecil di Indonesia yang bertujuan untuk menopang perekonomian keluarga yang semakin memburuk. Industri rumahan ibu rumah tangga adalah pekerjaan yang bisa dilakukan di rumah tanpa menyita waktu, sehingga kaum ibu pun bisa dengan mudah menyesuaikan antara aktifitas di rumah dengan jam kerjanya. Industri Rumah Tangga Semakin hari akan semakin berkembang, hal ini dikarenakan banyaknya saat ini ibu rumah tangga yang memilih untuk berkarir sendiri dari rumah. Dan hal ini tentunya akan menambah industri Rumahan Ibu Rumah Tangga. Biasanya usaha rumahan seperti makanan, baju, batik kerajinan tangan, dan lain-lain sebagainya.

Di daerah Campalagian Pajallungan Desa Lagiagi Kabupaten Polewali Mandar. Terdapat makanan khas Tradisional Mandar yaitu, *Canggoreng*

Sa'ma. Makanan tradisional ini sudah di kemas dengan kemasan plastik yang kurang menarik.

Indonesia yang terdiri dari beragam budaya dan adat istiadat, juga mempunyai bermacam-macam kesenian tradisional, kerajinan tradisional serta makanan khas yang berkembang sesuai dengan budaya yang ada pada masyarakat tersebut. Makanan khas merupakan makanan yang telah lama berkembang secara spesifik di suatu daerah atau masyarakat Indonesia. Salah satu Makanan Tradisional yang cukup diminati oleh masyarakat yaitu *Canggoreng Sa'ma*.

Canggoreng Sa'ma adalah salah satu makanan Tradisional atau jenis kue dari *Campalagian Pajallungan* Desa *Lagiagi*. Ini merupakan salah satu makanan khas Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat. sehingga menjadikan wisata kuliner sebagai primadona untuk menarik kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik ke daerah itu. *Canggoreng Sa'ma* adalah salah satu makanan yang mirip seperti gula-gula karena bahan utamanya adalah gula merah.

Kue ini sangatlah sederhana. Bahan dasar dari makanan ini adalah gula merah dan kacang tanah. Aslinya, Pembuatan makanan ini dimulai dari mencairkan gula merah pada wajan atau panci sampai mengental lalu dicampurkannya kacang tanah ke dalam lumeran gula merah. Diaduk hingga mulai mendingin dan dicetak sesuai ukuran dan dikemas dengan kemasan. *Canggoreng Sa'ma* ini merupakan makanan Tradisional yang berasal dari Sulawesi Barat, Suku Mandar. Makanan ini belum dikenal terlalu luas

dikalangan masyarakat. *Canggoreng Sa'ma* ini dijual dengan kemasan yang apa adanya yaitu hanya dengan bungkus plastik bening yang kurang menarik dilihat, maka dari itu penulis ingin membuat sebuah kemasan yang menarik untuk mengemas *Canggoreng Sa'ma* ini sehingga menarik untuk dilihat dan bisa di pasarkan diseluruh Indonesia seperti di super market dan sebagainya. Dari masalah tersebut dalam ilmu desain komunikasi visual penulis mengambil judul “Perancangan Kemasan *Canggoreng Sa'ma* Polewali Mandar”.

B. Identifikasi Masalah

1. Kurangnya atau tidak adanya kemasan produk *Canggoreng Sa'ma* yang ada di polewali Mandar.
2. Kurang dikenal atau kurang diminati banyak orang.
3. Seringnya menjual *Canggoreng Sa'ma* dengan menggunakan plastik yang trasparan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana merancang kemasan produk yang menarik minat konsumen agar dapat meningkatkan pemasaran *Canggoreng Sa'ma* ?
2. Bagaimana merancang media promosi pendukung yang efektif dan kreatif untuk mempromosikan *Canggoreng Sa'ma* ? agar lebih dikenal dan menarik konsumen.

3. Bagaimana merancang kemasan *Canggoreng Sa'ma* dengan menggunakan diluar dari bahan plastik yang bisa membahayakan kesehatan audiens.

D. Batasan Masalah

1. Perancangan desain kemasan hanya produk *Canggoreng Sa'ma*.
2. Wilaya penelitian berada di Polewali Mandar Kecamatan *Campalagian*.
3. Sampel produk yang diambil hanya dari toko/industri rumah tangga yaitu ANUGERAH yang berada di *Campalagian Pajallungan* Desa *Lagiagi* Kabupaten Polewali Mandar.

E. Tujuan Perancangan

1. Merancang dan membuat kemasan sesuai dengan target *Audience* konsumen, agar sasaran pasar tercapai.
2. Merancang kemasan agar lebih kreatif agar konsumen lebih tertarik, dengan bentuk karya komunikasi visual.
3. Agar kemasan terlihat lebih efisien dan lebih elegan.

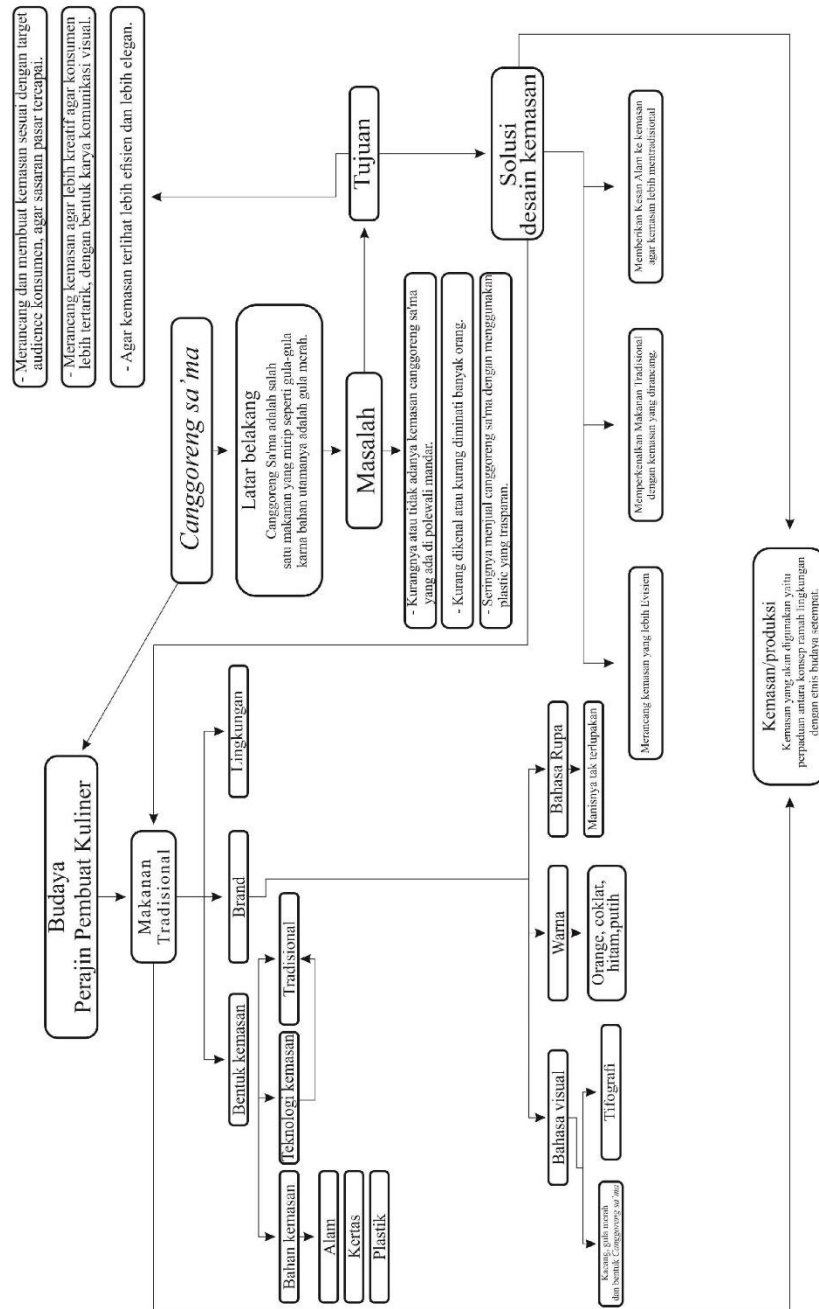
F. Manfaat perancangan

1. Manfaat sebagai peulis agar penulis dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang kemasan *Canggoreng Sa'ma*.
2. Manfaat sebagai pembuat produk adalah sebagai identifikasi penjual dan sebagai bentuk strategi yang efektif untuk menambah minat *Audiens* agar produk tersebut memiliki daya pasar yang melunjang tinggi.

3. Manfaat bagi *Audiens* Desain perancangan kemasan ini agar menjaga kualitas produk yang dibeli dan pada saat didistribusikan.

G. Skema Alur Berfikir

Alur berfikir merupakan gambaran atau pola perancangan mengenai pemecahan masalah yang dihadapi dengan tujuan dapat mempermudah dalam memahami permasalahan yang dikaji sebagai berikut ini



Gambar 1.1 Skema alur Berfikir

H. Metode perancangan

1. Jenis Dan Sumber Data

Jenis dan sumber data terdiri atas dua data yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data Primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama.
 - Wawancara
 - Observasi
 - Dokumentasi
- b. Data Sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara.
 - Studi pustaka

2. Teknik / Metode Pengumpulan Data

Teknik / Metode Pengumpulan data yang akan dilakukan, yaitu

- a. Wawancara

Teknik ini melalui bincang – bincang mengenai baje *canggoreng sa'ma*, secara langsung kepada pihak yang memiliki kepentingan dalam upaya mengumpulkan informasi mengenai *Canggoreng sa'ma*, informasi tersebut dapat diperoleh oleh produsen, sekaligus pembuatan *canggoreng sa'ma* yakni ibu Najamiah. Dalam area pembahasan mengenai seputar *canggoreng sa'ma* mulai dari proses pendirian, cara pembuatan, alat dan bahan yang digunakan, sampai kepada cara pendistribusiannya.

b. Observasi

Observasi dilakukan pada lokasi pembuatan *canggoreng sa'ma* yang terletak di Kabupaten Polewali Mandar, Kecamatan Campalagian Pajallungan, Desa Lagiagi, produsen memproduksi makanan canggoreng sa'ma itu sendiri dan akan dijual belikan di Toko Ibu Najamiah yang berada didepan rumahnya. Observasi ini bertujuan untuk mengetahui alur dari penjualan serta pembelian produk.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ini dibagi menjadi beberapa kategori yaitu

1. Dokumentasi primer

Dokumentasi primer adalah dokumentasi menggunakan alat atau media pribadi dalam mengumpulkan data perancangana penganan berupa foto *canggoreng sa'ma*, seperti hasil cetakan yang dihasilkan, alat yang digunakan seperti panci, sendok, dan tampah, dan bahan yang digunakan kacang dan gula merah.

2. Dokumentasi sekunder

Dokumentasi sekunder adalah dokumentasi yang di dptkan dari media seperti jejaringan social dan media cetak berupa gambar kemasan produk yang sejenis yang beredar yang merupakan kemasan produk pesainnya.

3. Analisa Data

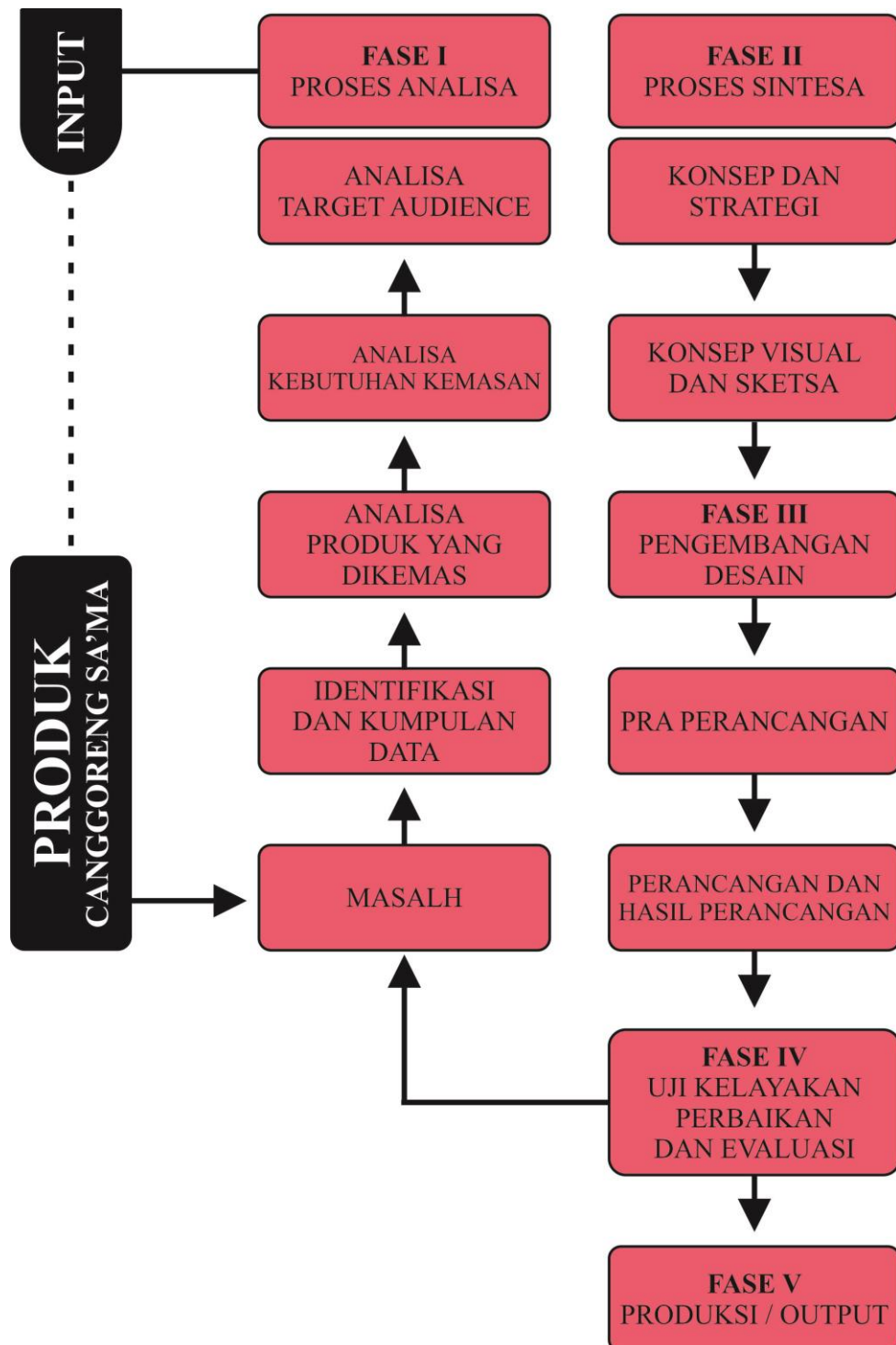
a. Analisis SWOT

Dalam proses desain ini kemasan. Makanan tradisional *canggoreng sa'ma* menggunakan metode analisis SWOT. singkatan dari kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*treat*). Maksud dari analisis ini adalah untuk menentukan kekuatan produk sehingga dapat dioptimalkan, kelemahannya dapat dibenahi, peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang dapat diantisipasi. Perancang kemasan ini menggunakan analisis SWOT karena analisis ini dapat mengatasi masalah yang timbul dalam proses perancangan.

b. Analisis Tabulasi

Dalam perancangan ini, salah satu analisis yang digunakan adalah analisis Tabulasi. Analisis Tabulasi merupakan suatu proses pembuatan tabel-tabel sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Untuk memudahkan dalam proses tabulasi, peneliti perlu membuat ringkasan terlebih dahulu untuk menghimpun semua data. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan proses analisis data. Analisa ini digunakan selama proses perancangan produk. Beberapa aspek yang akan dianalisis seperti, bentuk, ukuran, bahan. yang menyangkut tentang perancangan kemasan.

4. Skema Perancangan



Gambar 1.2 Alur Perancangan

5. Sistematika Penulisan

Halaman Judul

Abstrak

Lembar Pernyataan

Lembar pengesahan

Pengantar

Daftar Isi

Daftar Gambar

Daftar Tabel

Daftar Istilah

Daftar Lampiran

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Rumusan Masalah
- D. Pembatasan Masalah atau Fokus Penelitian
- E. Tujuan Perancangan
- F. Manfaat Perancangan
- G. Skema Alur Berpikir
- H. Metode Perancangan
 - 1. Jenis & Sumber Data
 - 2. Teknik/Metode Pengumpulan Data

3. Analisa Data
4. Skema Perancangan
5. Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA & KUMPULAN DATA

- A. Kajian Desain yang Relevan
- B. Kajian Teori

BAB III ANALISA DATA

- A. Analisa Objek/Materi Komunikasi
- B. Analisa dan Identifikasi Target Audience
- C. Analisa Strategi Komunikasi Visual
- D. Analisa Kompetitor
- E. Analisa Positioning dan Branding
- F. Analisa Media Komunikasi
- G. Usulan Solusi
 1. Pemetaan Gagasan/Mind Mapping
 2. Curah Gagasan/Brainstorming.
 3. Possesional Branding dan Differensiasi
 4. Usulan Media Komunikasi Visual

BAB IV KONSEP DESAIN & PROSES KREATIF

- A. Konsep Desain
 1. Konsep Komunikasi
 - a. Objek/Materi Komunikasi
 - b. Target Audience Spesifik

- c. Strategi Komunikasi Visual
 - d. Differensiasi Visual
 - 2. Konsep Kreatif
 - a. Sumber Inspirasi
 - b. Bentuk dan Gaya Perancangan
 - c. Tipografi
 - d. Pallet Warna
 - e. Sketsa Ide Awal
 - 3. Konsep Media
 - a. Media Utama
 - b. Media Pendukung
 - 4. Estimasi Biaya dan Waktu
 - a. Rencana Anggaran Biaya
 - b. Skedul Perancangan
- B. Proses Kreatif
 - 1. Eksplorasi Visual/Visual Eksploration/Sketching dan Proses Lainnya
 - 2. Digitalisasi
 - 3. Final Desain

BAB V HASIL DESAIN & PEMBAHASAN

- A. Media Utama
- B. Media Pendukung

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KUMPULAN DATA

A. Kumpulan Data

Teknik ini melalui bincang – bincang mengenai *Canggoreng Sa'ma*, secara langsung kepada pihak yang memiliki kepentingan dalam upaya mengumpulkan informasi mengenai *Canggoreng Sa'ma*, informasi tersebut. dapat diperoleh oleh produsen, sekaligus pembuatan *Canggoreng Sa'ma* yakni ibu **Najamiah**. Dalam area pembahasan mengenai seputar *Canggoreng Sa'ma* mulai dari proses pendirian, cara pembuatan, alat dan bahan yang digunakan, sampai kepada cara pendistribusiannya.

1. Alat, bahan dan cara pembuatan *Canggoreng Sa'ma*

Alat :

- a. Wajan
- b. Talang

Bahan :

- a. Gula merah
- b. Kacang tanah
- c. Air

Cara pembuatan:

- a. Panaskan gula di atas api kecil hingga meleleh.
- b. Setelah berembut, masukkan kacang dan aduk-aduk sampai kacangnya benar-benar matang.

- c. Sendokan adonan ke atas daun kering atau talang sambil dibentuk bulat, Setelah dingin, masukkan dalam kemasan.

2. Identifikasi produk

Canggoreng Sa'ma adalah salah satu makanan atau jenis kue yang sangat fenomenal dari *Campalagian Pajallungan* Desa *Lagiagi*. Ini merupakan salah satu makanan khas Kabupaten Polewali Mandar sehingga Pemerintah Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat menjadikan wisata kuliner sebagai primadona untuk menarik kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik ke daerah itu. *Canggoreng Sa'ma* adalah salah satu makanan yang mirip seperti gula-gula karna bahan utamanya adalah gula merah.

Kue ini sangatlah sederhana. Bahan dasar dari makanan ini adalah gula merah dan kacang tanah. Aslinya, Pembuatan makanan ini dimulai dari mencairkan gula merah pada wajan atau panci sampai mengental lalu dicampurkannya kacang tanah ke dalam lumeran gula merah. Diaduk hingga mulai mendingin dan dicetak sesuai ukuran dan dikemas dengan Kemasan.

Harga yang di tawarkan pada konsumen hanya satu variasi harga yaitu 120 gram Rp.10.000 dan *Canggoreng Sa'ma* ini dapat bertahan selama 2 bulan.



Gambar 2.1

Canggoreng Sa'ma (Sumber industry Anugerah april 2017)

3. Kandungan dalam *Canggoreng Sa,ma* adalah :

1. Lemak

Fungsi lemak antara lain :

- a. Sumber energy
- b. Pelarut vitamin A, D, E dan K
- c. Sumber asam lemak esensial
- d. Pelindung organ tubuh
- e. Member rasa kenyang lebih lama

2. Karbohidrat

Fungsi karbohidrat antara lain :

- a. Sebagai sumber energi utama
- b. Berperan penting dalam metabolisme
- c. Menjaga keseimbangan asam dan basa
- d. Pembentukan struktur sel jaringan dan organ tubuh

- e. Membantu proses pencernaan makanan dalam saluran pencernaan
- f. Membantu penyerapan kalsium, misalnya laktosa
- g. Bahan pembentuk senyawa kimia lain, lemak dan protein

Adapun kandungan gizi yang terdapat pada gula merah aren dapat di lihat pada tabel.

INFORMASI NILAI GIZI		
Jumlah per saji		
Energi	85.92 kkal	
Energi dai lemak	19.95kkal	
		%AKG
Lemak total	42.8 g	58.2
Karbohidrat total	30.6 g	47.6
Protein	25.3 g	36.9
Fospor	370 mg	
Kalsium	133 mg	
Vitamin B1	0.03 mg	
Vitamin c	3 mg	
%AKG (Angka kecurangan Gizi) berdasarkan kebutuhan energi 2000 kkal		

Gambar 2.2

Kandungan gizi (*Canggoreng Sa'ma*)

B. Kajian Teori

1. Sejarah kemasan

Selama berabad-abad, fungsi sebuah kemasan hanyalah sebatas untuk melindungi barang atau mempermudah barang untuk dibawa. Seiring dengan perkembangan zaman, barulah terjadi penambahan nilai

fungsional dan peranan kemasan dalam pemasaran mulai diakui sebagai satu kekuatan utama dalam persaingan pasar.

Peranan kemasan baru dirasakan pada tahun 1950-an, *supermarket* mulai banyak bermunculan, dimana kemasan harus “dapat menjual” produk di rak-rak toko. Tetapi pada saat itupun kemasan hanya berfungsi memberikan informasi, memberitahu kepada konsumen tentang apa isi atau kandungan di dalam kemasan tersebut.

Baru pada tahun 1980-an persaingan dalam dunia usaha semakin tajam dan kalangan produsen saling berlomba untuk merebut perhatian calon konsumen, bentuk dan model kemasan dirasakan sangat penting peranannya dalam strategi pemasaran. Di mana kemasan harus mampu menarik perhatian, menggambarkan keistimewaan produk dan “membujuk” konsumen. Pada saat inilah kemasan mengambil alih tugas penjualan pada saat jual beli terjadi.

2. Fungsi Kemasan

Kemasan secara sederhana dan harfiah dapat diartikan sebagai wadah atau “pembungkus” untuk melindungi dan menjaga kualitas suatu barang/produk, baik pada saat disimpan, diantarkan/didistribusikan maupun saat dipajang/dipamerkan di rak/etalase toko/pasar swalayan, (Said, 2014). Kemasan harus mampu

menjaga produk tersebut agar terlindungi dari perubahan warna, bau maupun dari kontaminasi dan mikroba yang mampu mengurangi kualitas produk.

Perbedaan mengemas dan kemasan merupakan dua kata yang hampir sama namun berbeda makna. Dalam buku desain kemasan (Klimchuck & Krasovec, 2006), mengemas merupakan tindakan membungkus atau menutup suatu barang atau sekelompok barang. Sedangkan kemasan, mengacu pada objek fisik itu sendiri-karton, kontainer, atau bungkus. Kata “kemasan” mengimplikasikan hasil akhir proses mengemas. Kemasan merupakan kata benda sebuah objek. Mengemas merupakan kata kerja, mencerminkan sifat medium yang selalu berubah.

Azis said (2014:14) dalam buku desain kemasan, menurut Hermawan Kartajaya, seorang pakar dibidang pemasaran mengatakan bahwa kemajuan teknologi pada gilirannya telah beralih fungsi. Bila dulu orang mengatakan “packaging protects what it sells (kemasan melindungi apa yang dijual)”, maka saat ini, kemasan beralih fungsi menjadi “packaging sells what it protect (kemasan menjual apa yang dilindungi)”. Artinya bahwa kemasan tidak lagi sekedar melindungi produk. Namun jauh dari itu, selain produk itu dilindungi, kemasan juga sebagai media penarik perhatian (*silent sales person*) dan tentunya menjual produk yang dikemasnya.

Dalam jurnal yang berjudul desain kemasan produk (Mudra, 2010), Ada tiga ulasan utama yang perlu diperhatikan dalam melakukan pengemasan, yaitu:

a. Untuk keamanan produk yang dipasarkan.

Kemasan dapat melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen. Produk-produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca.

b. Untuk membedakan dengan produk pesaing.

Kemasan dapat melaksanakan program pemasaran. Melalui kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk pesaing. Kemasan merupakan satu-satunya cara perusahaan membedakan produknya.

c. Untuk meningkatkan penjualan.

Karena itu kemasan harus dibuat menarik dan unik, dengan demikian diharapkan dapat memikat dan menarik perhatian konsumen.

Dalam buku desain kemasan (Said, 2014), fungsi kemasan terbagi menjadi dua yaitu fungsi praktis dan fungsi promosi/simbolik/estetis yang secara umum akan dirinci sebagai berikut:

a) Fungsi praktis kemasan.

1) Mewadahi produk selama pendistribusian.

Mewadahi produk selama pendistribusian dari produsen hingga ke konsumen, agar produk tidak tercecer, terutama untuk cairan, pasta atau butiran.

2) Melindungi dan menjaga kualitas (mengawetkan) produk.

Melindungi dan menjaga kualitas produk dari berbagai penyebab kerusakan berupa faktor biologi, kimia maupun fisika.

3) Meningkatkan efisiensi.

Memberikan kemudahan dalam perhitungan jumlah produk kemasan, memudahkan pengiriman barang atau produk yang dikemas. Untuk distributor kemudahan menyimpan dan

memanjang serta kemudahan ukuran maupun bentuk untuk dipengang atau dibawa.

b) fungsi promosi/simbolik/estetis

1) Fungsi promosi

Kemasan digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui label yang terdapat pada kemasan. Kemasan yang telah diberi label mampu memberikan informasi mengenai kelebihan produk tersebut. Dengan perancangan yang baik dan menarik, serta dengan bentuk kemasan yang unik, yang dikomposisikan dengan gambar ilustrasi yang menarik (pada labelnya), maka akan mampu meningkatkan nilai jual produk tersebut.

2) Fungsi Simbolik

Kemasan harus dapat menyampaikan ‘pesan simbolik’ dari produk, sehingga dibutuhkan ‘hak paten’ bagi desain kemasan tersebut dengan tujuan agar tidak dapat ditiru oleh produk lainnya.

3) Fungsi Estetik

Kemasan harus memperhatikan visualisasi desain, warna dan tulisan (komposisi unsur-unsur rupa) yang menarik dengan cetakan yang full-colors dan cemerlang sehingga menarik, berkesan mewah, dan menonjol.

3. Tujuan Kemasan

Adapun tujuan kemasan yaitu sebagai berikut:

a. Untuk keamanan produk yang dipasarkan

Kemasan dapat melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen. Produk-produk yang dikemas biasanya lebih bersih, lebih menarik dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca.

b. Untuk membedakan produk kita dengan produk pesaing

Kemasan dapat melaksanakan program pemasaran. Melalui kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk pesaing dan membedakan produknya.

c. Untuk meningkatkan penjualan

Karena itu kemasan harus dibuat menarik dan unik, dengan demikian diharapkan dapat memikat dan menarik perhatian konsumen.

4. Jenis – Jenis Bahan Kemasan

Jenis-jenis bahan pengemasan produk meliputi untuk wadah utama dan wadah luar. Untuk wadah utama (pengemas yang berhubungan langsung dengan bahan pangan), yaitu kaleng/logam, botol/gelas, plastik, kertas, kain, kulit, daun, gerabah, bambu, dll. Sedangkan untuk wadah luar (pelindung wadah utama selama distribusi, penjualan, atau penyimpanan), yaitu kayu dan karton.

Berikut penjelasan mengenai jenis-jenis bahan pengemasan.

a. Kayu

Kayu merupakan bahan pengemas tertua yang diketahui oleh manusia, dan secara tradisional digunakan untuk mengemas berbagai macam produk padat seperti barang antik dan emas, keramik, dan kain. Kayu adalah bahan baku dalam pembuatan palet, peti atau kotak kayu di negara-negara yang mempunyai sumber kayu alam dalam jumlah banyak. Tetapi saat ini penyediaan kayu untuk pembuatan kemasan juga banyak menimbulkan masalah karena makin langkanya hutan penghasil kayu.

Desain kemasan kayu tergantung pada sifat dan berat produk, konstruksi kemasan, bahan kemasan dan kekuatan kemasan, dimensi kemasan, metode dan kekuatan. Penggunaan kemasan kayu baik berupa peti, tong kayu ataupun palet sangat umum di dalam transportasi berbagai komoditas dalam perdagangan internasional. Pengiriman produk kerajinan seperti keramik sering dibungkus dengan peti kayu agar dapat melindungi keramik dari resiko pecah.

Kemasan kayu umumnya digunakan sebagai kemasan tersier untuk melindungi kemasan lain yang ada di dalamnya. Dalam mendesain kemasan kayu, diperlukan proses alternatif dan bahan-bahan teknik yang tepat untuk membuat kemasan yang lebih ekonomis. Kemasan kayu berbentuk kotak dan peti tetap berperan untuk berbagai produk, meskipun harus bersaing dengan drum dari polypropilen dan polietilen. Berikut beberapa bentuk kemasan yang terbuat dari kayu.

Kelebihan kemasan kayu adalah memberikan perlindungan mekanis yang baik terhadap bahan yang dikemas, karakteristik tumpukan yang baik dan mempunyai rasio kompresi daya tarik terhadap berat yang tinggi. Penggunaan kemasan kayu untuk barang-barang antik dapat meningkatkan mutu produk karena adanya transfer komponen aroma dari kayu ke produk.

Penggunaan peti kayu untuk kemasan di beberapa negara juga masih lebih murah dibandingkan bahan pengemas lain. Selain itu negara-negara pengimpor seperti Australia juga meminta adanya sertifikat yang menyatakan kayu telah mendapat perlakuan khusus untuk mencegah penyebaran penyakit kayu atau serangga, misalnya perlakuan fumigasi atau perlakuan kimia lainnya.

b. Gelas/Kaca

Sebagai bahan kemas gelas mempunyai sifat-sifat yang menguntungkan seperti *inert* (tidak bereaksi) kuat, tahan terhadap kerusakan, sangat baik sebagai *barrier* terhadap benda padat, cair dan gas. Sifat gelas yang transparan menguntungkan dari segi promosi disamping itu beberapa jenis gelas seperti *pyrex* tahan terhadap suhu yang tinggi. Kelemahan kemasan gelas yaitu mudah pecah dan kurang baik bagi produk-produk yang peka terhadap penyinaran (ultra violet).

- 1) Terbuat dari campuran pasir SiO_2 , soda abu, dan alumina.
- 2) Bersifat inert (tidak bereaksi dengan bahan pangan)
- 3) Kuat (tahan terhadap kerusakan akibat pengaruh waktu)
- 4) Transparan (bentuk dan warna bahan pangan dapat dilihat).
- 5) Kelemahannya adalah mudah pecah, tidak dapat digunakan untuk bahan pangan yang peka terhadap sinar.

6) Agar tidak mudah pecah sebaiknya bagian permukaan gelas dilapisi dengan lilin (wax) dan silika yang halus.

Kemasan gelas berkembang terus, mulai dari bejana sederhana hingga berbagai bentuk kemasan yang sangat menarik walaupun kemasan gelas terus bersaing dengan bahan kemasan lainnya (*Osborne,1980*).

Menurut Hanlon (1971), gelas bukan merupakan bahan kristal, sehingga lebih tepat disebut cairan beku. Dalam proses pembuatannya bahan gelas mengalami proses annealing pada suhu 540 - 570° C. Penggunaan bahan gelas untuk bahan pangan yang memerlukan pasteurisasi dan sterilisasi sangat tepat.

Dalam proses pengemasan dengan menggunakan kemasan gelas dalam bentuk botol, kegiatan menutup atau menyumbat botol merupakan satu bagian yang penting dan perlu mendapat perhatian. Bagian penutup atau tutup botol merupakan bagian yang terlemah dari sistem perlindungan terhadap gangguan atau pencemaran dari luar, karena cara penutupan dan jenis/bahan penutup yang kurang tepat dapat menyebabkan pencemaran dan kerusakan bahan yang dikemas. Bahan – bahan yang umum digunakan untuk menutup adalah logam (kaleng), aluminium, gabus dan berbagai jenis plastik (*Syarief,1989*).

c. Kertas

Ada dua jenis kertas utama yang digunakan (*anonymous^c,2011*), yaitu kertas kasar dan kertas lunak. Kertas yang digunakan sebagai kemasan adalah jenis kertas kasar, sedangkan kertas halus digunakan untuk kertas tulis yaitu untuk buku dan kertas sampul. Kertas kemasan yang paling kuat adalah kertas kraft dengan warna alami, yang dibuat dari kayu lunak dengan proses sulfat.

1) Kertas glasin dan kertas tahan minyak (*grease proof*)

Kertas glasin dan kertas tahan minyak dibuat dengan cara memperpanjang waktu pengadukan pulp sebelum dimasukkan ke mesin pembuat kertas. Penambahan bahan-bahan lain seperti plastisizer bertujuan untuk menambah kelembutan dan kelenturan kertas, sehingga dapat digunakan untuk mengemas bahan-bahan yang lengket. Penambahan antioksidan bertujuan untuk memperlambat ketengikan dan menghambat pertumbuhan jamur atau khamir. Kedua jenis kertas ini mempunyai permukaan seperti gelas dan transparan, mempunyai daya tahan yang tinggi terhadap lemak, oli dan minyak, tidak tahan terhadap air walaupun permukaan dilapisi dengan bahan tahan air seperti lak dan lilin. Kertas glasin digunakan sebagai bahan dasar laminat.

2) Kertas Kraft

Mempunyai sifat yang sangat kuat dan banyak digunakan untuk membuat kantong kertas dalam ukuran besar. Kertas ini dibuat dari bubur sulfat dan kayu kraft (yang berasal dari Swedia dan Jerman). Memiliki sifat yang lebih kuat dari kertas Glassine, sehingga bahan pangan yang dibungkus dengan kertas ini akan tetap kering lebih-lebih bila permukaannya dilem dengan resin. Kertas ini biasanya digunakan untuk mengemas keju di Negara-Negara Eropa.

3) Kertas Perkamen

Kertas perkamen digunakan untuk mengemas bahan pangan seperti mentega, margarine, biskuit yang berkadar lemak tinggi, keju, ikan (basah, kering atau digoreng), daging (segar, kering, diasap atau dimasak), hasil ternak lain, teh dan kopi. Sifat-sifat kertas perkamen antara lain.

- a) Mempunyai ketahanan lemak yang baik
- b) Mempunyai kekuatan basah (*wet strength*) yang baik walaupun dalam air mendidih
- c) Permukaannya bebas serat
- d) Tidak berbau dan tidak berasa
- e) Transparan dan translusid, sehingga sering disebut kertas glasin

- f) Tidak mempunyai daya hambat yang baik terhadap gas, kecuali jika dilapisi dengan bahan tertentu

4) Kertas Lilin

Kertas lilin adalah kertas yang dilapisi dengan lilin yang bahan dasarnya adalah lilin parafin dengan titik cair 46-74oC dan dicampur polietilen (titik cair 100-124oC) atau petrolatum (titik cair 40-52oC). Kertas ini dapat menghambat air, tahan terhadap minyak/oli dan daya rekat panasnya baik. Kertas lilin digunakan untuk mengemas bahan pangan, sabun, tembakau dan lain-lain.

5) Daluang (*Container board*)

Kertas daluang banyak digunakan dalam pembuatan kartun beralur. Ada dua jenis kertas daur ulang, yaitu :

- a) *line board* disebut juga kertas kraft yang berasal dari kayu cemara (kayu lunak)
- b) *Corrugated* medium yang berasal dari kayu keras dengan proses sulfat.

6) Chipboard

Chipboard dibuat dari kertas koran bekas dan sisa-sisa kertas. Jika kertas ini dijadikan kertas kelas ringan, maka disebut bogus yaitu jenis kertas yang digunakan sebagai pelindung atau bantalan pada barang pecah belah. Kertas chipboard dapat juga digunakan sebagai pembungkus dengan

daya rentang yang rendah. Jika akan dijadikan karton lipat, maka harus diberi bahan-bahan tambahan tertentu.

7) Tyvek

Kertas tyvek adalah kertas yang terikat dengan HDPE (*high density polyethylene*). Dibuat pertama sekali oleh Du Pont dengan nama dagang Tyvek. Kertas tyvek mempunyai permukaan yang licin dengan derajat keputihan yang baik dan kuat, dan sering digunakan untuk kertas foto. Kertas ini bersifat.

- a) No grain yaitu tidak menyusut atau mengembang bila terjadi perubahan kelembaban
- b) tahan terhadap kotoran, bahan kimia
- c) bebas dari kontaminasi kapang
- d) mempunyai kemampuan untuk menghambat bakteri ke dalam kemasan.

8) Kertas Soluble

Kertas soluble adalah kertas yang dapat larut dalam air. Kertas ini diperkenalkan pertama sekali oleh Gilbreth Company, Philadelphia dengan nama dagang Dissolvo. Digunakan untuk tulisan dan oleh FDA (*Food and Drug Administration*) tidak boleh digunakan untuk pangan. Sifat-sifat kertas *soluble* adalah kuat, tidak terpengaruh kelembaban tetapi cepat larut di dalam air.

9) Kertas Plastik

Kertas plastik dibuat karena keterbatasan sumber selulosa. Kertas ini disebut juga kertas sintetis yang terbuat dari lembaran stirena, mempunyai sifat-sifat sebagai berikut :

- a) Daya sobek dan ketahanan lipat yang baik
- b) Daya kaku lebih kecil daripada kertas selulosa, sehingga menimbulkan masalah dalam pencetakan label.
- c) Tidak mengalami perubahan bila terjadi perubahan kelembaban (RH)
- d) Tahan terhadap lemak, air dan tidak dapat ditumbuhi kapang.
- e) Dapat dicetak dengan suhu pencetakan yang tidak terlalu tinggi, karena polistirena akan lunak pada suhu 80oC.

10) Amplop Dan Kantung

Amplop sering digunakan sebagai pembungkus kertas, sedangkan kantung kertas merupakan kemasan tertua tetapi masih tetap populer hingga sekarang. Kantung kertas dapat dibuat secara sederhana oleh industri rumah tangga, tetapi dapat juga dengan menggunakan mesin di pabrik-pabrik. Bahan bakunya dapat berasal dari kertas bekas, akan tetapi penggunaan kertas bekas ini untuk mengemas bahan pangan

dapat menimbulkan masalah, seperti masalah kebersihan atau terjadinya migrasi senyawa-senyawa kimia dari kemasan ke bahan pangan misalnya tinta, pigmen, bahan pengawet, bahan pengisi dan lain-lain.

11) Kertas Lipat Dan Kardus

Karton lipat dan kardus merupakan jenis kertas yang populer karena praktis dan murah. Dalam perdagangan disebut juga *folding carton* (FC), dan digunakan untuk mengemas bahan hasil pertanian atau jenis-jenis barang lainnya. Bahan yang banyak digunakan untuk membuat karton lipat adalah *cylinder board* yang terdiri dari beberapa lapisan, dan bagian tengahnya terbuat dari kertas-kertas daur ulang, sedangkan kedua sisi lainnya berupa kertas koran murni dan bahan murni yang dipucatkan. Untuk memperbaiki sifat-sifat karton lipat, maka dapat dilapisi dengan *selulosa asetat* dan *polivinil klorida* (PVC) yang diplastisasi. *Kasein* yang dicampurkan pada permukaan kertas akan memberikan permukaan cetak yang lebih halus dan putih. Keuntungan dari karton lipat adalah dapat digunakan untuk transportasi, dan dapat dihias dengan bentuk yang menarik pada transportasi barang-barang mewah. Tetapi kelemahannya adalah kecenderungan untuk sobek di bagian tertentu. yang terdiri atas:

- a) Lipatan terbalik (*reverse tuck*)
- b) Dasar menutup sendiri (*auto-lock bottom*)
- c) Model pesawat terbang (*airplane style*)
- d) Model lipatan lurus
- e) Model perekatan ujung (*seal end*)
- f) Model perkakas dasar (*hardware bottom*)
- g) Model mailing locks
- h) Perekatan ujung dengan telinga van Buren
- i) Model Cracker
- j) Perekatan ujung yang dapat menutup
- k) Breakawayfliptop
- l) Model kemasan es krim

Pemilihan jenis atau model karton lipat yang Pemilihan jenis atau model karton lipat yang akan digunakan sebagai pengemas, tergantung pada jenis produk yang akan dikemas dan permintaan pasar. Pengujian mutu kemasan karton lipat dapat berupa uji jatuh bagi wadah yang sudah diisi, pengujian tonjolan atau *bulge*, pengujian kekuatan kompresi dan daya kaku dalam hubungannya dengan kelembaban udara.

12) Karton (Paperboard)

Karton adalah kertas tebal yang disebut sebagai *paperboard*, pembuatannya sama dengan pembuatan kertas. Perbedaan kertas dengan karton umumnya pada ketebalan, di

mana ketebalan karton 10 kali lebih tebal dari ketebalan kertas dan gramatur karton di atas 224 gr/m² menurut *International Organisation for Standardisation*. Karton dapat dibentuk menjadi satu lapis (*single wall*) atau berlapis (*multi-ply*). Karton yang dibuat menjadi karton lipat dan kaku disebut dengan boxboard. Karton umumnya dibuat menjadi karton gelombang (*corrugated board*) yang mudah dipotong, dibentuk, ringan dan kuat yang sering di buat menjadi kemasan. Kemasan *paperboard* dapat dibagi dalam beberapa kelas dan memiliki karakteristik yang berbeda, sesuai dengan berbagai kebutuhan dan persyaratan.

a) *Solid Bleached Sulfate (SBS)*

Solid Bleached Sulfate (SBS) merupakan kelas paperboard mutu tinggi yang dihasilkan dari 80% bleached pulp kayu asli. Umumnya *bleached paperboard* dilapis tipis dengan kaolin untuk meningkatkan permukaan cetak dan juga dilapisi tipis dengan polietilen (PE) yang berfungsi untuk menambah kekuatan pada keadaan basah yang sering digunakan untuk kemasan makanan. Segmen pasar utama yang menggunakan *Solid Bleached Sulfate (SBS)* adalah kemasan medis (*medical packaging*), kemasan susu dan jus, aseptik, minuman kotak,

kemasan kosmetik dan parfum serta kemasan makanan beku (*frozen food packaging*).

b) *Coated Unbleached Kraft Paperboard (CUK)*

Coated unbleached kraft paperboard (CUK) adalah jenis karton kelas unggul yang dihasilkan dari 80% *unbleached* pulp kayu asli. *Paperboard* CUK dilapis tipis dengan kaolin yang berfungsi untuk meningkatkan permukaan cetak dan juga dilapis tipis dengan *polietilen* (PE) untuk menambah kekuatan dalam keadaan basah yang sering digunakan untuk kemasan makanan. Segmen pasar utama yang menggunakan *paperboard* CUK adalah kemasan makanan beku, kemasan karton susu, *pharmaceutical packaging*

c) *Uncoated Recycled Paperboard*

Bahan baku *uncoated recycled paperboard* adalah bahan kertas bekas, yang daur ulang kertas bekas dan dipublikasi biasanya diberi lapisan tipis kaolin untuk meningkatkan permukaan cetak. Segmen pasar utama yang menggunakan *uncoated recycled paperboard* adalah *shoeboxes*, *composite cans* dan *fiber drums*.

d) *Coated Recycled Paperboard*

Bahan baku *coated recycled paperboard* adalah *paperboard* bekas yang diproduksi kembali dengan mendaur ulang *paperboard* bekas dan dipublikasi. Biasanya diberi lapisan tipis kaolin untuk meningkatkan permukaan cetak. Segmen pasar utama yang menggunakan *coated recycled paperboard* adalah kemasan sabun dan deterjen, kemasan *cookie* dan *creaker*, kemasan *cake mix*, cereal kotak, kemasan makanan kering.

13) Karton Tipis (*Folding Box/Cardboard Box*)

Penggunaan karton tipis untuk kemasan, mendapat tambahan bahan-bahan tertentu dan kualitas karton tipis yang dihasilkan tergantung dari jenis bahan tambahan tersebut. Misalnya : untuk bahan pangan yang harus selalu dalam keadaan segar yang disimpan dalam lemari es, maka digunakan karton tipis yang dilapisi plastik (*PE coated*) atau dilapisi lilin (*wax coated*). Jenis ini digunakan untuk pengemasan udang, daging atau ikan beku atau mangkuk untuk es krim. Jika design kemasan dibuat menarik, maka karton tipis dapat digunakan sebagai *display box*.

14) Karton Kerdut/Gelombang (*Corrugated Fibreboard*)

Corrugated box disebut juga karton bergelombang atau karton beralur. Karton gelombang (*corrugated board*) adalah

karton yang dibuat dari satu atau beberapa lapisan kertas medium bergelombang dengan kertas liner sebagai penyekat dan pelapisnya. Terdiri dari 2 macam *corrugated sheet*, yaitu kertas kraft (*kraft liner*) untuk lapisan luar dan dalam kertas medium untuk bagian tengah yang bergelombang. Ukuran berat (*grammage*) dari kertas kraft dan kertas medium adalah sebagai berikut

- a) 125 gram/m² 1. 112 gram/m²
- b) 150 gram/m² 2. 115 gram/m²
- c) 200 gram/m² 3. 125 gram/m²
- d) 300 gram/m² 4. 150 gram/m²

Di Indonesia jenis yang lazim digunakan adalah *single wall* dan *double wall*. Penggunaan corrugated box ditentukan oleh : berat bahan, sifat bahan (*self stacking* atau tidak), *fragile* atau tidak, menggunakan *inner* karton atau tidak dan lain-lain. Bahan baku untuk pembuatan karton bergelombang adalah kertas *kraft*, bogus atau karton dari merang. Berdasarkan dimensi alur dan bagian karton yang datar, sera jumlah alur untuk satuan panjang tertentu maka terdapat berbagai jenis karton yang dalam istilah perdagangan disebut flute. Setiap *flute* mempunyai ketahanan terhadap getaran, tekanan, kerapuhan, tumpukan dan daya jatuh yang berbeda-beda. Arah peletakan alur dapat

horizontal atau vertikal, sehingga dikenal *flute A horizontal* atau *flute A vertikal*, *flute B horizontal* atau *flute B vertikal* dan seterusnya. Jenis karton bergelombang yang paling umum adalah jenis RSC (*Regular Slotted Container*) atau wadah celah teratur.

15) Kertas Komposit

Kertas komposit adalah kertas yang diolah bersama-sama dengan bahan baku kemasan lain seperti plastik dan logam, yang bertujuan untuk memperbaiki daya rapuh, daya kaku dan kekuatan bahan. Kertas yang dicampur dengan logam dan dibentuk menjadi semacam kaleng disebut kaleng komposit, digunakan untuk jus sitrun, wadah bumbu (rempah-rempah), kotak coklat, sop kering, bahan kimia dan obat-obatan. Industri pengemasan telah membuat kertas kaleng komposit yang dapat menahan vakum dan menahan suhu sekitar 49°C, sehingga dapat digunakan untuk pengawetan selai (jam). *Tube* karton digunakan untuk margarin dan es krim.

Ada 3 (tiga) jenis konstruksi kaleng kertas komposit, yaitu : bentuk spiral, cuping dijahit (lap seam) dan komposisi gulung (*convolute*). Bentuk spiral terdiri dari beberapa lapis bahan yang berbeda dengan sudut sambungan yang tumpang tindih. Badan komposit cuping dijahit, terbuat dari bahan yang

dilaminasi, sedangkan jenis komposit gulung terdiri dari beberapa lapisan kumparan.. *Tube* karton adalah kemasan berbentuk *tube* dari karton atau kertas. Bentuk *tube* yang lebih besar disebut drum karton. *Tube* karton banyak digunakan untuk kemasan keripik, sedangkan drum karton digunakan untuk bahan berbentuk bubuk atau produk kering. Untuk pengemasan bahan cair maka kemasan karton dilapisi dengan plastik. Keuntungan dari *tube* dan karton komposit adalah beratnya ringan, mudah dibuka dan ditutup, dapat dilapisi kembali dengan bahan lain sehingga bersifat kedap air.

d. Plastik

Penggunaan plastik dalam pengemasan sebenarnya sangat terbatas tergantung dari jenis makanannya. Kelemahan plastik adalah tidak tahan panas, tidak hermetis (plastik masih bisa ditembus udara melalui pori-pori plastik), dan mudah terjadi pengembunan uap air didalam kemasan ketika suhu turun. Penggunaan plastik sebagai kemasan dapat berupa kemas bentuk (*flexible*) atau sebagai kemas kaku. Makanan padat yang umumnya memiliki umur simpan pendek atau makanan yang tidak memerlukan perlindungan yang hebat dikemas dengan kemasan bentuk. Akan tetapi makan cair dan maka padat yang memerlukan perlindungan yang kuat perlu dikemas dengan

kemasan kaku dalam bentuk botol, jerigen, kotak atau bentuk lainnya (*Suryati dan Setiawan ,1987*).

Berbagai jenis kemasan bentuk muncul dengan pesat seperti *polietilen, polipropilen, polyester nilon* dan film vinil. Sebagai bahan pengemas, plastik dapat digunakan dalam bentuk tunggal, komposit atau berupa lapisan – lapisan (multi lapis) dengan bahan lain (kertas,aluminium foil). Kombinasi tersebut dinamakan laminasi yang diproses baik dengan cara laminasi ekstrusi maupun *laminasi adhesif*. Dengan demikian kombinasi dari berbagai ragam plastik dapat menghasilkan ratusan jenis kemasan.

Berdasarkan sifat-sifatnya terhadap perubahan suhu maka plastik dapat dibagi dua,yaitu :

- 1) Termoplastik: meleleh pada suhu tertentu, melekat mengikuti perubahan suhu,dan mempunyai sifat dapat balik (*reversible*) kepada sifat aslinya,yaitu kembali mengeras bila didinginkan.
- 2) *Termoset* atau *Termodursinable* : tidak dapat mengikuti perubahan suhu, bila sekali pengerasan telah terjadi maka bahan tidak dapat dilunakkan kembali (*non reversible*). Pemanasan yang tinggi tidak akan melunakkan termoset melainkan akan membentuk arang dan terurai, karena

sifatnya yang demikian sering digunakan sebagai tutup ketel, seperti jenis-jenis melamin.

Penggunaan plastik untuk kemasan makanan cukup menarik karena sifat-sifatnya yang menguntungkan, seperti luwes (mudah dibentuk), mempunyai adaptasi yang tinggi terhadap produk, tidak korosif seperti kemasan logam, serta mudah dalam penanganannya. Di dalam perdagangan dikenal plastik untuk kemasan pangan (*food grade*) dan kemasan untuk bukan pangan (*non food grade*).

Kemasan kaku yang terbuat dari plastik paling banyak digunakan untuk mengemas produk susu. Dua jenis bahan dari plastik yang terbaik yaitu LDPE (*Low Density Polyethylene*) dan HDPE (*High Density Polyethylene*). Bentuk-bentuk kemasan plastik kaku dapat dijumpai dengan mudah di pasaran dalam bentuk yang siap pakai seperti botol, jerigen, drum, gelas, mangkuk, ember, dan lain-lain (Syarief, 1989).

Penggunaan plastik dalam pengemasan sebenarnya sangat terbatas tergantung dari jenis makanannya. kelemahan plastik adalah tidak tahan panas, tidak hermetis (plastik masih bisa ditembus udara melalui pori-pori plastik), dan mudah terjadi pengembunan uap air didalam kemasan ketika suhu turun.

Jenis plastik yang digunakan dalam pengemasan antara lain : polietilen, cellophan, polivinilklorida (PVC), polivinil

dienaklorida (PVDC), polipropilen, poliester, poliamida, dan polietilentereptalat (PET).

- 1) Polietilen adalah jenis plastik yang harganya paling murah dan memiliki beberapa varian antara lain : *Low Density Polyethylene (LDPE), High Density Polyethylene (HDPE), dan Polietilentereptalat (PET)*. *Polietilen* memiliki sifat kuat bergantung variannya, transparan, dan dapat direkatkan dengan panas sehingga mudah dibuat kantong plastik.
- 2) *Cellophan*: sebenarnya terbuat dari serat selulosa yang disulfatasi. *Cellophan* dapat dipergunakan untuk membungkus sayuran, daging, dan beberapa jenis roti. *Cellophan* yang dilapisi *nitrocelulosa* mempunyai sifat yang tahan terhadap uap air, fleksibel, dan mudah direkatkan dengan pemanasan. *Cellophan* yang dilapisi PVDC tahan terhadap uap air dan kedap oksigen sehingga baik untuk mengemas makanan yang mengandung minyak atau lemak.
- 3) *Polivinilklorida (PVC)*: jenis plastik yang kuat, namun memiliki kelemahan yaitu dapat berkerut (*Shrinkable*) dan sering digunakan untuk mengemas daging atau keju.
- 4) *Polivinildienaklorida (PVDC)*: jenis plastik yang kuat, tahan terhadap uap air dan transmisi udara. Sering

dugunakan dalam pengemasan keju dan buah-buahan yang dikeringkan.

e. Kain Blacu

- 1) Digunakan untuk mengemas bahan pangan tepung, seperti tepung terigu atau tepung tapioka. Dibuat dalam bentuk kantung-kantung yang berkapasitas 10 – 50 kg.
- 2) Kelebihannya adalah tidak mudah sobek/ kuat kainnya, flesibel, mudah dicetak dan murah harganya.
- 3) Kelemahannya adalah memiliki permeabilitas udara yang jelek dan tidak kedap air.

f. Edible Film

Edible film adalah bahan pengemas organik yang dapat dimakan sekaligus dengan bahan pangan yang dikemasnya, biasa terbuat dari senyawa *polisakarida* dan turunan lemak. Bahan yang digunakan antara lain polisakarida yang berasal dari rumput laut (*agarose, karaginan, dan alginat*), *polisakarida pati, amilosa film, gelatin, gum arabik*, dan turunan *monogliserida*. Contoh pengemasan *edible film* adalah pada sosis, permen, kapsul minyak ikan, sari buah dan lain-lain.

g. Karton

Karton sebenarnya merupakan bagian dari kertas namun lebih sering berfungsi sebagai wadah luar atau sebagai penyokong wadah utama dalam pengemasan bahan pangan agar

lebih kuat, dan *rigid*. Karton memiliki kelebihan antara lain elastisitas lebih baik dibanding kayu, dapat dicetak pada permukaannya, dapat dikerjakan secara manual, pemakaiannya mudah, dan dapat dilipat sehingga tidak memerlukan ruang luas.

h. Bahan Pengemas Tradisional

Daun Digunakan secara luas, bersifat aman dan *bio-degradable*, yang biasanya berupa daun pisang, daun jati, daun bambu, daun jagung dan daun palem. Lebih aman digunakan dalam proses pemanasan dibanding plastik.

Gerabah Digunakan sejak zaman dahulu, aman bagi bahan pangan asal tidak mengandung timbal. Gerabah yang diglasir bersifat kedap air, kedap udara, mampu menghambat mikrobia, dan bersifat dingin sehingga cocok untuk mengemas bahan pangan seperti saus, madu, anggur, minyak, *curd/dadih*.

Proses pengemasan bahan/produk olahan pangan yang dilakukan di industri –industri kecil dan menengah pada umumnya sangat sederhana dan mudah melakukannya, baik cara maupun peralatannya. Perbedaan untuk masing-masing produk hanya terletak ada proses sterilisasi, ada yang memerlukan dan ada yang tidak, ada yang dikemas terlebih dahulu, ada yang disterilisasi terlebih dahulu.

Pengemasan mempunyai peran yang sangat penting baik dalam pengawetan maupun dalam mempertahankan mutu

produk-produk pangan atau hasil pertanian. Dengan pengemasan dapat membantu mencegah dan melindungi produk dari kemungkinan kerusakan fisik dan pengaruh pencemaran. Saat ini pengemasan berkembang secara pesat seiring dengan pesatnya perkembangan industri yang menggunakannya dan berbagai macam bahan dan bentuk kemasan sudah banyak tersedia dan dengan mudah dapat diperoleh di pasaran sesuai dengan kebutuhan.

Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan dalam Merancang Kemasan

a. Keamanan / Perlindungan

Kemasan harus dapat melindungi produk dari cuaca, sinar, jatuh, tumpukan, kotoran, serangga, dll. Keamanan dan perlindungan ini bukan hanya pada saat produk selesai dikemas, tetapi juga dalam jalur distribusinya di gedung Toko hingga sampai ke tangan konsumen.

b. Produksi

Perhitungan biaya produksi yang efektif perlu mempertimbangkan pemilihan material kemasan, ukuran kemasan, teknik pencetakan, *finishing*. Semua teknik yang akan langsung berpengaruh pada biaya produksi.

c. Distribusi

Kemasan harus memudahkan proses distribusi dari pabrik ke distributor dan pengecer. Memahami bagaimana sebuah produk dipasarkan akan memberikan pemahaman yang utuh mengenai bagaimana kemasan akan dibuat. Beberapa kemasan didesain bahkan dapat melakukan promosi merk saat didistribusikan menuju pengecer.

d. Informasi

Sebagai media yang menginformasikan produk, brand image, dan juga sebagai bagian dari promosi. Kebutuhan kemasan untuk memberi informasi telah menjadi bagian yang paling penting dalam desain.

e. Ergonomi

Struktur kemasan harus memiliki kegunaan yang meliputi faktor ergonomic, antara lain kemudahan kemasan tersebut dibawa, mudah dikeluarkan isinya dan dapat ditutup kembali. Kemasan juga harus memberikan kemudahan pada penumpukan distribusi dan persyaratan dalam penjualan.

f. Estetika

Faktor estetik banyak berhubungan dengan pencerapan visual kemasan oleh konsumen. Faktor estetik mengandung daya tarik visual yang mengharuskan pertimbangan mengenai penggunaan warna, bentuk, merek/logo, ilustrasi, jenis

huruf/tipografi, tata letak/layout, material dan semua hal yang dicerap secara visual.

g. Identitas Produk

Penampilan secara keseluruhan, yakni kemasan yang didesain harus tampil berbeda dengan kemasan lain, yakni memiliki identitas produk agar menarik perhatian dan mudah diingat. Pada tahap tertentu, kemasan bukan hanya memberikan identitas produk, tetapi mampu mempresentasikan citra produk.

5. Bahan Kemasan

Bahan kemas baik bahan logam, maupun bahan lain seperti bermacam-macam plastik, gelas, kertas dan karton seyogyanya mempunyai 6 fungsi utama; yaitu :

- a. Sebagai pelindung terhadap kotoran dan kontaminasi.
- b. Sebagai pelindung terhadap kerusakan fisik, perubahan kadar air dan penyinaran (cahaya).
- c. Mempunyai fungsi yang baik, efisien dan ekonomis khususnya selama proses penempatan bahan kedalam wadah kemasan.
- d. Mempunyai kemudahan dalam membuka atau menutup dan juga memudahkan dalam tahap-tahap penanganan, pengangkutan dan distribusi.

- e. Mempunyai ukuran, bentuk dan bobot yang sesuai dengan standart yang ada, mudah dibuang, dan mudah dibentuk atau dicetak.
- f. Menampakkan identitas, informasi dan penampilan yang jelas agar dapat membantu promosi atau penjualan.

Dengan banyaknya persyaratan yang diperlukan bagi bahan kemas, maka tentu saja bahan kemas alami tidak akan dapat memenuhi sebagian besar persyaratan tersebut. Karena itu manusia dengan bantuan teknologi berhasil membuat bahan kemas sintetis yang dapat memenuhi sebagian besar dari persyaratan minimal yang diperlukan (Syarief, 1989).

Kemasan dapat digolongkan berdasarkan berbagai hal antara lain : frekuensi pemakaian, struktur sistem kemasan, sifat kekakuan bahan kemas, sifat perlindungan terhadap lingkungan, dan tingkat kesiapan pakai (Iskandar, 1987).

a. Frekuensi Pemakaian

- 1) Kemasan sekali pakai (disposable), yaitu kemasan yang langsung dibuang setelah dipakai (bungkus permen, bungkus daun)
- 2) Kemasan yang dapat dipakai berulang kali (multi trip), yaitu kemasan yang dikembalikan pada penjual setelah dipakai (beberapa jenis botol minuman)

- 3) Kemasan yang tidak dibuang atau dikembalikan (semi disposable), kemasan tersebut biasanya digunakan untuk keperluan lain setelah dipakai (kaleng susu)

b. Struktur Sistem Kemasan

- 1) Kemasan primer, yaitu kemasan yang langsung mewadahi bahan (kaleng susu, botol minuman, bungkus tempe)
- 2) Kemasan sekunder, yaitu kemasan yang fungsi utamanya melindungi kemasan primer (kotak karton, keranjang tempe)
- 3) Kemasan tersier, kuartier, dst, yaitu apabila diperlukan lagi pengemasan setelah kemasan primer dan sekunder.

c. Sifat Kekakuan Bahan Kemasan

- 1) Kemasan fleksibel, yaitu bila bahan kemasan mudah dilenturkan tanpa adanya retak atau patah plastik, kertas, foil)
- 2) Kemasan kaku, yaitu bila bahan kemasan bersifat keras, kaku, tidak tahan lenturan (kayu, gelas, logam)
- 3) Kemasan semi kaku atau semi fleksibel, yaitu bahan kemasan yang memiliki sifat-sifat antara kemasan fleksibel dan kemasan kaku (botol plastik).

d. Sifat Perlindungan Terhadap Lingkungan

- 1) Kemasan hermetis (tahan uap dan gas), yaitu kemasan yang secara sempurna tidak dapat dilalui oleh gas, udara dan uap air (kaleng dan botol gelas).
- 2) Kemasan tahan cahaya, yaitu kemasan yang tidak bersifat transparan (logam, kertas, foil)
- 3) Kemasan tahan suhu tinggi, kemasan yang tahan terhadap proses pemanasan (logam dan gelas)

e. Tingkat Kesiapan Pakai

- 1) Kemasan siap pakai, yaitu bahan kemas yang siap untuk diisi dengan bentuk yang telah sempurna sejak keluar dari pabrik (botol, kaleng)
- 2) Kemasan siap dirakit atau disebut juga kemasan, yaitu kemasan yang masih memerlukan tahap perakitan sebelum pengisian (lempengan logam, kertas, foil atau plastik)

Bahan – bahan kemasan yang banyak beredar dipasaran dan umum digunakan dalam pengemasan produk-produk hasil pertanian dan bahan pangan olahan adalah gelas, kertas, logam dan plastik. (*Osborne, 1980*).

6. Persyaratan Bahan Kemasan

- a. Memiliki permeabilitas (kemampuan melewatkan) udara yang sesuai dengan jenis bahan pangan yang akan dikemas.

- b. Harus bersifat tidak beracun dan inert (tidak bereaksi dengan bahan pangan)
- c. Harus kedap air.
- d. Tahan panas.
- e. Mudah dikerjakan secara masinal dan harganya relatif murah.

7. Aspek Desain Komunikasi Visual kemasan

Sebagai salah satu bentuk komunikasi, industri kemasan menempatkan proses desain komunikasi visual dalam posisi penting, yaitu kemampuan menarik perhatian, menjaga perubahan trend pasar yang senantiasa berlangsung dan menyadari akan perkembangan teknologi dan bahan kemasan. Desain komunikasi visual merupakan bagian yang integral dalam mendesain suatu kemasan untuk menjual produk juga membuat kemasan menjadi lebih jelas dan informatif bagi pembeli.

8. Penggunaan Logo dan Merek Dagang pada Desain Kemasan

Logo dan merek dagang dalam kemasan merupakan identitas utama dari produk untuk dapat dikenali konsumen. Bentuknya bisa berupa dimbul, piktograf, logotype, atau kombinasi dari semuanya. Merk yang efektif dapat dipilih berdasarkan jenis bisnis atau produknya. Hal ini yang membuat logo dan merek dagang seringkali mengalami pengaburan dengan istilah brand. Brand sendiri bukan hanya produk, layanan atau perusahaan. Bukan pula logo, strategi pemasaran atau

sikap, *brand* bahkan lebih mengacu pada perasaan seseorang terhadap suatu produk, layanan atau organisasi karena didefinisikan secara personal di benak konsumen. Di titik inilah sebuah brand dituntut menawarkan value. Karena perasaan itu bersifat emosional dan intuitif. Dalam mengekspresikan brand tersebut ke public, digunakan sarana-sarana kata-kata atau yang bersifat visual seperti symbol, logo maupun merek dagang.

9. Pendekatan Warna Dalam Desain Kemasan

Warna merupakan perangsang indra yang sangat penting dalam kemasan untuk dapat menciptakan daya tarik visual. Pemilihan warna banyak mempertimbangkan prinsip-prinsip persepsi dasar manusia, warna produk yang dikemas, pasar dan kondisi penjualan. Warna berperan dalam menciptakan penjualan secara spontan karena kemampuannya menarik pelanggan. Warna dapat pula mempresentasikan warna-warna yang menjadi identitas produk atau *korporat*. Meramu warna ke dalam palet-palet warna akan dapat memperkuat citra produk yang kuat dan konsisten. Manfaat warna bagi sebuah kemasan banyak berhubungan dengan persepsi visual, sehingga harus dipertimbangkan hal-hal berikut.

- a. Sasaran utama mendesain kemasan adalah mudah dilihat mata dan warna yang dapat mencapai hal tersebut.

- b. Kemasan yang baik menarik perhatian dan memicu tindakan pembeli, efek fisiologis dari warna membantu menjamin tingkat perhatian yang maksimal
- c. Kemasan seharusnya memiliki keterlihatan dan kualitas identifikasi yang maksimal, efek psikologis dari warna akan memastikan pembeli mengenali kemasan itu diantara banyaknya produk yang dipajang.
- d. Kemasan tersebut harus mempengaruhi orang untuk memandang dari jauh dan dekat.
- e. Warna dapat memudahkan tulisan dan informasi dibaca.
- f. Warna dapat membuat ikatan secara visual antar produk dalam sebuah lini produk, juga dengan bentuk promosi produk yang lain seperti poster, iklan majalah hingga iklan televisi.

Memutuskan warna mana yang akan mendapat efek terbanyak adalah hal yang tidak mudah. Warna dan variasinya harus dipilih hati-hati Karena seleksi warna bukanlah ilmu pasti, sementara itu tidak mungkin menentukan warna dengan menanyakannya pada setiap orang mengenai warna yang mereka inginkan.

10. Pendekatan Bentuk Dalam Desain Kemasan

Bentuk kemasan merupakan pendorong utama yang membantu menciptakan seluruh daya tarik visual. Namun, tidak ada prinsip baku yang menentukan bentuk fisik dari sebuah kemasan, karena biasanya ditentukan oleh sifat produknya, pertimbangan mekanis, kondisi

penjualan, pertimbangan pemajangan dan cara orang menggunakan kemasan tersebut. Meskipun bentuk merupakan bagian dari desain, bentuk kemasan tetap ditekankan pada kebutuhan pemasaran sebagai preferensinya dibandingkan pertimbangan visual murni. Keunikan yang dimunculkan oleh bentuk ini akan menjadi identitas dan keunikan kemasan. Hal tersebut mempermudah kemasan produk dikenali di antaranya ribuan produk lainnya.

11. Pemanfaatan Tipografi Dalam Desain Kemasan

Peran tipografi dalam desain komunikasi visual pada kemasan menjadi penting karena potensinya yang mampu menampilkan desain baik sebagai elemen baca maupun elemen rupa. Kemampuan inilah yang banyak dimanfaatkan desainer untuk menampilkan brand name, *logotype* atau merk dagang. Tipografi pada kemasan umumnya merupakan rangkaian alfabetis, menampilkan angka untuk tanda baca atau blok teks (*bodycopy*) yang menuliskan beberapa kalimat untuk menjelaskan produk.

Huruf dapat memberikan penekanan makna dari sebuah *brand name* atau *logotype*. Sebuah kesan mengenai produk dapat dibangun melalui desain *logotype* yang kuat. Dalam banyak aplikasinya, *logotype* dan *brand name* bukan hanya memberikan identitas visual yang kuat pada perusahaan, pada kemasan sebagai unit yang langsung berinteraksi dengan konsumen *brand* yang dituangkan dalam tipografi yang kuat, memberikan kemudahan identifikasi produk secara spesifik. Cara

mendesain huruf yang membawa pesan merupakan elemen visual penting dari proses pengembangan merek yang memanfaatkan konotasi-konotasi emosional yang kuat. Dengan itu, banyak sekali merk-merk raksasa dibangun dengan berbasis tipografi, misalnya Coca-Cola, McDonalds atau air minum dalam kemasan *Aqua*.

12. Penggunaan Ilustrasi Dalam Desain Kemasan

Fungsi klasik dari ilustrasi pada kemasan adalah menjelaskan produk yang ada di dalamnya. Fungsi ini berkembang seiring perkembangan metodologi dalam komunikasi pemasaran dan pemahaman terhadap *brand* dan kegiatan *branding* suatu produk. Ilustrasi bukan hanya masalah representasi produk yang ada dalam kemasan saja, tetapi juga masalah bagaimana sebuah kemasan dapat memiliki karakter visual yang kuat.

Karakter visual dapat dibangun dari perencanaan gaya visual yang baik. Titik awalnya dapat berupa pertimbangan-pertimbangan pemasaran, misalnya apakah gaya yang diilih dapat berbeda dengan kompetitornya. Hal yang penting dari ilustrasi adalah asal tidak menyesatkan konsumen.

Teknik yang dikembangkan dalam ilustrasi pun sangat beragam mulai dari pemanfaatan fotografi, penggunaan gambar-gambar ikonik, bentuk-bentuk geometris, bentuk-bentuk alami, kartun bahkan elemen huruf. Fotografi dapat dengan baik menampilkan representasi produk, bahkan dapat dibuat manipulasi sehingga sebuah produk terlihat lebih

bagus dari aslinya. Bila hanya mempertimbangkan symbol-simbol kategori seringkali desain kemasan terjebak menjadi paratis (*stereopit*) tidak berbeda dengan yang lain.

13. Desain Kemasan Sebagai Media Promosi

Sebagai bagian dari sebuah rencana besar pemasaran produk, kemasan sebaiknya tidak dipandang hanya sebagai sarana proteksi untuk produk yang dikemasnya, namun harus dapat berfungsi sebagai media promosi yang memberi informasi mengenai isi produk yang dikemas di dalamnya.

Menurut Marc Gobe dalam bukunya *Emotional Branding* (2003), kemasan adalah iklan setengah detik. Kemasan harus dapat menarik perhatian Anda dalam waktu yang singkat dan membangun familiaritas terhadap produk. Sebuah kemasan mempunyai setengah detik pertama untuk dikenali dan setengah detik berikutnya untuk bias dicintai. Pesan yang ingin disampaikan harus instan dan langsung, menggebrak serta terkait secara emosional. Agar kemasan menjadi efektif definisi produk harus jelas, ekspresi visual yang menimbulkan rasa memiliki serta keterkaitan emosional melalui pesan penginderaan yang terpadu dan unsur kejutan.

14. Desain Kemasan Dalam Pemasaran

Menurut Klimchuk dan Sandra (2007), desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar

produk dapat dipasarkan. Desain kemasan harus berfungsi sebagai sarana estetika untuk berkomunikasi dengan semua orang dari berbagai latar belakang, minat, dan pekerjaan yang berbeda. Pada akhirnya desain kemasan berlaku sebagai pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk konsumsi secara unik.

Adanya pengemasan suatu produk dapat memberikan keuntungan baik bagi produsen maupun konsumen (Alma, 2007). Bagi produsen, kemasan memberikan keuntungan dalam hal:

- a. Melindungi barang-barang yang dibungkusnya sewaktu barang-barang tersebut bergerak melalui proses *marketing*.
- b. Memudahkan pedagang eceran untuk membagi-bagi atau memisahkan barang tersebut.
- c. Untuk mempertinggi nilai isinya dengan daya tarik yang ditimbulkan oleh pembungkus, sehingga menimbulkan ciri-ciri khas produk tersebut.
- d. Untuk identitas, mudah dikenal, karena adanya label atau merek yang tertera pada pembungkus.
- e. Pembungkus dapat digunakan sebagai alat komunikasi karena membawa berita atau catatan mengenai produk itu.
- f. Pembungkus sebagai salesmen diam, seperti supermarket. Di sini Para pembeli tidak dilayani oleh salesmen tetapi pembeli cukup

mengetahui dan memilih barangnya sendiri dengan membaca label pada pembungkus.

- g. Selain packaging yang baik, perusahaan juga harus membuat kemasan yang indah untuk menarik konsumen.

Sedangkan keuntungan dari kemasan bagi konsumen antara lain:

- a. Dengan adanya pembungkus produk akan tetap bersih dan praktis untuk dibawa kemana saja, tahan lama, dan mudah disimpan.
- b. Dengan pembungkus berarti timbangan di dalamnya benar.
- c. Pengemasan menunjukkan kualitas barang seperti menerangkan isi yang dibungkus.
- d. Dengan adanya pembungkus, pembeli dapat membeli dengan jumlah yang cukup (diperlukan).
- e. Sering pembungkus yang isinya telah habis terpakai masih dapat digunakan untuk tempat penyimpanan barang lain.
- f. Pembungkus yang memberi informasi akan memberi dorongan pada pembeli untuk membaca dulu dan sambil berfikir akan membelinya.
- g. Pembungkus dapat menimbulkan harga diri bagi yang membawa.

15. Defenisi Kemasan

Kemasan berasal dari *package* yang artinya membungkus atau mengemas. Secara harfiah pengertian "*packaging*" dapat diartikan sebagai pembungkus atau kemasan.

Menurut Walter Soroka, *Fundamental of Packaging Technology, United Kingdom*, 1996, kemasan adalah suatu sistem yang terkoordinasi dengan baik meliputi perencanaan, transportasi, pendistribusian, penjualan dan pemasaran suatu produk. Kemasan juga berhubungan langsung dengan teknologi, seni dan kebutuhan bisnis. Kemasan didasari oleh fungsi asalnya, yaitu sebagai wadah, pelindung, kemudahan untuk konsumen, dan informasi produk. Jika tidak ada produk, maka kemasan pun tidak dibutuhkan.

Menurut *WTO (World Trade Organization)* pengemasan adalah suatu system terpadu untuk mengawetkan, melindungi, menyiapkan produk, hingga siap untuk ditransportasi dan didistribusikan ke konsumen dengan cara yang efektif, efisien, murah dan mudah.

Menurut Widiatmoko (*Concept 2007:20*) bahwa secara hakiki *packaging* merupakan upaya manusia untuk mengumpulkan sesuatu yang berantakan kedalam satu wadah serta melindunginya dari gangguan cuaca.

Dari uraian tersebut di atas dapat dipahami bahwa kemasan adalah suatu benda yang dapat digunakan untuk tempat/wadah yang dikemas dan dapat memberikan perlindungan bagi produk di dalamnya sesuai dengan tujuannya.

1. Industri Kecil

Badan Pusat Statistik (2012), menetapkan empat kriteria industri di Indonesia, di antaranya adalah industri besar, industri sedang, industri

kecil dan industri rumah tangga. Berdasarkan prioritasnya industri kecil dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kategori, diantaranya (BPS, 2012):

- a. Industri kecil yang menghasilkan barang-barang konsumsi;
- b. Industri kecil tradisional yang menghasilkan barang kerajinan;
- c. Industri kecil modern yang menghasilkan komponen/peralatan teknik untuk keperluan produksi dari sektor industri.

Industri kecil memiliki peranan penting dalam menunjang perekonomian nasional melalui penyerapan tenaga kerja, peningkatan nilai tambah dan keunggulan komparatif produk lokal serta memberikan pengaruh pada pengembangan industri hulu dan penghematan devisa (Mulyanto, 2006; Rafick, 2007; Eriyatno, 2011). Industri kecil memiliki perbedaan dengan industri lainnya, baik dari segi karakteristik maupun rekayasa. Karena sifatnya yang lebih cenderung suka bergerak sendiri-sendiri dan tidak terorganisir, industri ini memiliki nilai tawar yang rendah dalam pasar bisnis (Tambunan, 2003; Mulyanto, 2006). Dengan demikian perlu adanya pengelolaan yang sistematis dan tepat dalam menjalankan industri ini.

2. Pangan Tradisional Polewali Mandar

Makanan adalah produk pangan yang siap *hiding* atau yang langsung dapat dimakan. Makanan biasanya dihasilkan dari bahan pangan setelah terlebih dahulu diolah atau dimasak (Soekarto, 1990). Sedangkan yang dimaksud makanan tradisional adalah makanan

(termaksud makanan) dan minuman serta bahan – bahan campuran (*ingredient*) yang secara tradisional telah digunakan dan berkembang di daerah atau masyarakat indonesia (Anonim, 1996).

Kabupaten polewali mandar merupakan kabupaten yang terkenal dengan makanan tradisionalnya yaitu *Canggoreng Sa'ma* di daerah *Campalagian Pajallungan* Desa *Lagiagi* Kabupaten Polewali Mandar. Mayoritas penjual makanan tradisional secara turun temurun.

16. *Canggoreng Sa'ma*

1. Deskripsi “*Canggoreng Sa'ma*”

Canggoreng Sa'ma berasal dari bahasa Mandar yang memiliki arti kata “Kacang gula”. bahasa lain dari kata Tenteng Kacang, Dalam Bahasa Bugis *Baje Canggoreng*, yang memiliki sifat yang padat dan memiliki warna yang kecokelat-cokelatan. Ciri khas dari “*Canggoreng Sa'ma*” yaitu memiliki Olahan yang khas, tentunya mampu memikat konsumen.

Usaha “*Canggoreng Sa'ma*” terletak pada kota Polewali Mandar tepatnya di *Campalagian* Desa *Lagiagi*, Sulawesi Barat. Usaha Anugerah yang berskala mikro ini di buat pertama kali oleh Ibu Najamiah pada sekitar tahun 2009. Pembuatan “*Canggoreng Sa'ma*” hanya bersifat rumahan serta dibuat secara tradisional. Akibatnya tidak ada sama sekali identitas yang menonjol dari “*Canggoreng Sa'ma*”, yang ada hanya identitas produk.

“*Canggoreng Sa'ma*” adalah salah satu makanan yang mirip seperti gula-gula karna bahan utamanya adalah gula merah.

Kue ini sangatlah sederhana. Bahan dasar dari makanan ini adalah gula merah dan kacang tanah. Aslinya, Pembuatan makanan ini dimulai dari mencairkan gula merah pada wajan atau panci sampai mengental lalu dicampurkannya kacang tanah ke dalam lumeran gula merah. Diaduk hingga mulai mendingin dan dicetak sesuai ukuran dan dikemas dengan Kemasan.

Pemasaran “*Canggoreng Sama*” yang telah di kelolah sedemikian rupa sehingga menjadi makanan Tradisional yang siap untuk di pasarkan atau di jual, biasanya langsung di angkut ke Toko Anugerah milik Ibu Najamiah Itu sendir.

2. Hasil Pengumpulan Data

Terdiri dari hasil data yang diperoleh dengan melakukan tindakan langsung melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1. Hasil Wawancara

Menurut ibu NAJAMIAH, Toko Anugerah Terletak di *Campalagian* Kabupaten Polewali Mandar ini berdiri sejak tahun 2008 sampai saat ini. Toko tersebut hanya menjual kue khas Tradisional khas Mandar. Dari beberapa kue Tradisional yang dijual di Toko Anugerah tersebut, kue yang ingin dibuatkan kemasan yaitu *Canggoreng Sa'ma* dari bahasa

Mandar, atau biasa di sebut *Baje Canggoreng* dari bahsa Bugis. Asal mula kue *Canggoreng Sa'ma* ini hanya untuk makanan ringan saja, namun perusahaan anugerah mencoba untuk menjual. Pada saat itu pengunjung banyak yang menyukai makanan khas mandar yang dinamakan *Canggoreng Sa'ma*. *Canggoreng Sa'ma* ini diproduksi sendiri dan memakai gula merah yang khusus di buat di daerah itu sendiri. Dalam satu kemasan ada 16 buah *Canggoreng Sa'ma* yang di jual seharga Rp. 10.000, dalam satu hari penjualan khusus *Canggoreng Sa'ma* hanya dapat laku sekitar 25 kotak/harinya. Setiap pembelian hanya menggunakan kemasan kantong biasa saja, Pemasarannya hanya dijual di Toko Anugerah itu sendiri. Adapun target audience *Canggoreng Sa'ma* untuk kalangan masyarakat khususnya pencinta kuliner.

Bentuk *Canggoreng Sa'ma* ini hanya berbentuk bulat, lonjong yang tak beraturan dan mempunyai sifat padat, mudah meleleh dan dapat bertahan selama 2 bulan. Rasa *Canggoreng Sa'ma* ini manis dan renyah. Warna dari *Canggoreng Sa'ma* yaitu coklat tua.

2. Hasil Observasi

Penelitian pendahuluan dilakukan dengan cara survey di toko yang menjual makanan khas mandar yaitu Sari rasa dan Cita rasa yang ada di jalan poros *Majene Campalagian* Kab.Polewali Mandar. Alasan pemilihan lokasi karena di *outlet* tersebut paling ramai pengunjung lokal maupun luar Kota serta menyediakan kue khas Mandar yang cukup lengkap. Dari pengamatan toko tersebut ada empat industri yang membuat produk *Canggoreng Sa'ma* dengan tempat yang sama di desa *Campalagian* Kab. Polewali Mandar. Hasil pengamatan dapat dilihat pada Tabel 1.

No	Industry	Alamat industry	Kapasitas produksi	Harga jual (Rp)	Lama produksi
1.	Tosisseng a 99	Campalagian Kab. Polewali mandar	20 kotak/hari	10.000	Berdiri dari tahun 2011
2.	Anugerah	Campalagian Kab. Polewali mandar	25 kotak/hari	10.000	Berdiri dari tahun 2008
3.	Ainun	Campalagian Kab. Polewali mandar	10 kotak/hari	10.000	Berdiri dari tahun 2010
4.	Berkah	Campalagian Kab. Polewali mandar	22 kotak/hari	10.000	Berdiri dari tahun 2014

Tabel 2.1 Produser *Canggoreng Sa'ma* di

Campalagian Kab.Polewali Mandar.

Berdasarkan data Tabel 1 maka Industri yang dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini yakni Toko ANUGERAH karna Toko Anugrah yang pertama kali mebangun Industry/toko didesa. Campalagian Polewali Mandar. Industri tersebut telah

sesuai kriteria sebagai sampel baik dari kapasitas produksi yang tinggi serta kesediaannya dijadikan sebagai sampel dalam penelitian. Adapun kue yang di jual di toko Anugerah yaitu sebagai berikut:

No	Nama makanan	Bahan dan teknik kemasan	Bahan olahan
1.	<i>Golla kambu</i>	Daun pisang dan dilipat	Beras kentang, kelapa dan gula merah
2.	<i>Canggoreng Sa'ma</i>	Dikemas dalam plastik	Kacang dan gula merah
3.	<i>Kenari</i>	Dikemas dalam plastik	Terigu dan gula pasir
4.	<i>Ragina</i>	Dikemas dalam plastik	Beras kentang dan gula merah
5.	<i>Kasippi</i>	Dikemas dalam plastik	Terigu, mentega dan gula pasir
6.	<i>Dodol mandar</i>	Dikemas dalam plastik	Terigu dan gula pasir

7.	<i>Bagea sagu</i>	Dikemas dalam plastik	Terigu dan gulah merah
8.	<i>Baje bandong</i>	Plastic warna dan dibungkus plastik	Beras kentang dan gula pasir
9.	<i>Dadar balanda</i>	Dikemas dalam plastik	Terigu, telur dan gula pasir
10.	<i>Baulu</i>	Dikemas dalam plastik	Terigu dan gula mmerah
11.	<i>Bauras</i>	Dikemas dalam plastik	Gula merah dan gula pasir
12.	<i>Canggorang</i>	Dikemas dalam plastik	Kacang tanah dan terigu
13.	<i>Kacang sembunyi</i>	Dikemas dalam plastik	Terigu, kacang tanah dan gula pasir

Tabel 2.2 produk Industry Toko Anugrah di

Campalagian Kab.Polewali Mandar.

Berdasarkan data Tabel 2 maka produk yang akan dipilih sebagai sampel atau pembuatan kemasan dalam penelitian ini yakni *Canggoreng Sama*.

3. Hasil Dokumentasi

Dari hasil wawancara dan observasi Langsung ke industry Anugerah. adapun hasil dokumentasi yang saya dapatkan dan dapat kita lihat sebagai berikut:



Gambar 2.3

Dokumentasi hasil wawancara ditoko industry Anugerah di
Campalagian Kab.Polewali Mandar.

BAB III

ANALISA DATA

Analisis data dalam upaya penyusunan menggunakan metodologi perancangan yang terdapat beberapa proses yang akan dilakukan yaitu analisis data, proses deskriptif, analisis target audience, analisis kompetitor, konsep dan strategi kreatif, konsep dan strategi media, pengembangan konsep desain dan skema perancangan. Hal tersebut dilakukan dalam upaya untuk memberikan gambaran mengenai metodologi, konsep dan strategi serta alur perancangan yang dilakukan dalam merancang kemasan “*Canggoreng Sa'ma*”.

C. Analisa Objek/Materi Komunikasi

Analisa data merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk mengidentifikasi atau mengetahui lebih rinci tentang produk yang akan dikemas. Analisa tersebut terdiri dari sifat dan kandungan gizi yang terkandung dalam “*Canggoreng Sa'ma*”, analisa data, analisa target konsumen.

1. Sifat-Sifat Produk “*Canggoreng Sa'ma*”

- Sifat produk : Padat
- Terbuat : Gula Merah Dan Kacang Tanah
- Warna : Coklat Kemerahan
- Aroma : Natural Gula Merah
- Waktu berlaku : 2 Bulan

2. Analisa Label kemasan Produk

a. Nama merk

Menampilkan nama merk produk kemasan *Canggoreng Sa'ma* dengan tujuan untuk mampu menarik perhatian pembeli atau konsumen terhadap produk-produk baru yang mungkin akan bermanfaat bagi mereka.

b. Komposisi

Dalam produk kemasan akan menampilkan komposisi yang dimana komposisi ini adalah bahan-bahan makanan yang diolah menjadi sebuah produk yang dapat dikonsumsi. Maka perancangan kemasan *Canggoreng Sa'ma* akan menampilkan komposisi yang bertujuan agar masyarakat dan konsumen dapat mengetahui bahan-bahan alami yang dikelola pada produk tersebut.

c. Nama produsen

Menampilkan nama produsen dengan tujuan agar masyarakat dan konsumen dapat mengetahui dimana dan siapa yang mengolah produk tersebut.

d. Kehalalan produk

Pada umumnya masyarakat Indonesia merupakan mayoritas beragama islam. Maka pada produk-produk yang di hasilkan akan menggunakan identitas atau logo kehalalan dalam bentuk visualisasi yang dikeluarkan oleh majelis ulama indinesia yaitu (MUI). Berdasarkan peraturan tersebut maka produk *Canggoreng Sa'ma*

akan menampilkan logo halal sebagai tanda bahwa produk tersebut halal.

e. Tegline

Tegline atau slogan merupakan pesan atau informasi yang di sampaikan secara jelas untuk meningkatkan produktivitas penjualan. Sehingga dibutuhkan tagline yang mampu menarik perhatian pada konsumen.

f. Petunjuk penyimpanan

Petunjuk penyimpanan digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi berupa tempat penyimpanan produk yang diperbolehkan. Untuk menyimpan produk di tempat yang telah di tentukan pada kemasan yang dibuat.

3. Analisa konsep Desain kemasan.

Untuk kemasan memiliki konsep dalam mendesain, sabagai acuan dan *branding* yang akan dituangkan dalam konsep tersebut. Analisa Konsep Desain kemasan tersebut akan diuraikan pada tabel dibawah ini.

Analisa Konsep Desain kemasan	Fungsi
- Ramah Lingkungan	Konsep ini, menggunakan bahan-bahan yang mudah untuk didaur ulang yaitu menggunakan bahan-bahan

	yang alami, sehingga tidak membuat lingkungan tercemar.
- Berkelanjutan (<i>sustainable</i>)	Konsep ini sama dengan konsep ramah lingkungan namun disisi lain, konsep ini lebih kepada penggunaan yang dapat didaur ulang ataupun digunakan terus-menerus sehingga lingkungan tidak akan terlalu tercemari.
- Minimalis	Konsep ini lebih kepada penggunaan yang minimal dan tidak berlebihan tujuannya yaitu menekan biaya produksi, biasanya kemasan minimalis digunakan pada produk yang sudah memiliki <i>brand awareness</i> .
- Active and inteliggent	Pada konsep desain kemasan ini memiliki fungsi yaitu, selain menjaga dan melindungi produk dari kontaminasi yang dari luar, konsep ini pula bahkan mampu untuk menjaga produk serta mengamankan produk apa yang dikemasnya.
- <i>Redesign</i>	Pada konsep kemasan ini, berfungsi untuk membuat ulang sebuah desain karena beberapa

	<p>faktor-faktor yang mempengaruhi, yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - estimasi biaya dan waktu yang mungkin terlalu banyak digunakan pada kemasan sebelumnya. - merubah desain menjadi sederhana sehingga desain tersebut mudah untuk dipahami. - Perubahan makna dan identitas yang terjadi pada produk ataupun perusahaan tertentu. - Pada desain tersebut tidak memudahkan konsumen untuk membaca karena desainnya yang terlalu berlebihan dan norak. Sehingga dibutuhkan desain yang mempunyai keterbacaan yang jelas. - Pada dasarnya desain kemasan wajib mengutamakan fungsional. - Karena faktor tertentu yang membuat
--	--

	<p>keunikan kemasan tidak lagi terlalu bermakna, karena adanya produk pesaing.</p> <ul style="list-style-type: none"> - faktor untuk mengikuti zaman atau up to date
--	---

Tablet 3.1 Analisa konsep Kemasan

D. Analisa dan Identifikasi Target Audience

Sasaran perancangan ditujukan untuk kalangan anak dewasa. Berikut karakteristik target *audience*:

1. Secara Geografis

- a. Berdasarkan dari wilayah maka target pemasaran yang akan dilakukan adalah pengunjung lokal.
- b. Berdasarkan iklim Target *audiens* akan mengacu pada wilayah dataran tinggi dan dataran rendah.

2. Secara Demografis

a. Berdasarkan umur

Segmen pasar berdasarkan umur yang produktif menggunakan produk hasil rancangan adalah manusia mulai dari 21 sampai dengan 40 tahun yang berarti masuk kedalam kelompok orang dewasa.

b. Berdasarkan jenis kelamin

Produk makanan tradisional dapat dikonsumsi oleh kalangan pria dan wanita. Berdasarkan hal tersebut hasil rancangan kemasan ditujukan untuk pria dan wanita.

c. Berdasarkan pekerjaan

Target audience berdasarkan pekerjaan yaitu pejabat-pejabat kantor, Mahasiswa dan pengusaha, dengan pendapatan tertentu yang memiliki kecintaan terhadap panganan tradisional.

d. Berdasarkan kelas sosial

Produk makanan tradisional mandar telah diatur berdasarkan kelas sosial masyarakat. dalam hal ini seluruh masyarakat dapat mengonsumsi *Canggoreng Sama* ini baik masyarakat yang memiliki status sosial yang rendah hingga yang berstatus sosial tinggi.

3. Secara Psikografis

Secara psikografis target audiens cenderung memiliki gaya hidup yang mencintai panganan tradisional.

4. Secara Behavioral

Secara *Behavioral* Target Audience cenderung menyukai makanan yang manis-manis, karena produk makanan "*Canggoreng Sa'ma*" memiliki karakter yang manis.

E. Analisa Strategi Komunikasi Visual

Strategi komunikasinya yaitu informasi yang mencakup oleh produk yang ditawarkan disampaikan atau divisualisasikan dalam sebuah kemasan atau *packaging* yang menarik. Sehingga informasi yang ingin diketahui oleh kalangan masyarakat khususnya pecinta kuliner dapat tersampaikan dengan baik setelah membaca informasi yang tertera pada packaging *Canggoreng Sa'ma* tersebut.

Dengan desain dan bentuk kemasan yang menarik, produk ini akan mudah diterima di toko-toko besar untuk dipasarkan dan mampu bersaing dengan penganan modern lainnya. Dengan begitu semakin banyak yang tertarik untuk memasarkan penganan tradisional ini maka semakin banyak pula konsumen dan yang mengetahui bahwa *Canggoreng Sa'ma* merupakan kue tradisional khas Kabupaten Polewali Mandar yang tetap menjaga keaslian resepnya secara turun temurun. Tidak menutup kemungkinan bahwa kue tradisional ini akan mampu bersaing dan dipasarkan hingga ke luar negeri jika dikemas secara baik, unik dan menarik tanpa meninggalkan unsur tradisionalnya.

b. Analisa Branding

Tetap mempertahankan resep asli *Canggoreng Sa'ma* ini yang berasal dari Kabupaten Polewali Mandar yang secara umum banyak masyarakat pembuat gula merah. secara turun temurun tanpa menambah atau mengurangi bahan pada penganan tradisional tersebut. Sehingga sampai sekarang keaslian dari kue tradisional ini

masih tetap terjaga sampai sekarang dan masih dapat dinikmati oleh berbagai kalangan khususnya pecinta kuliner dan tidak kalah saing dengan penganan modern lainnya.

Berdasarkan ciri khas *Canggoreng Sa'ma* yaitu warnanya yang coklat kemerahan maka desainer akan mengangkat tema pada branding yaitu **“Manisnya Sampai Ke Hati”**.

c. Analisa Strategi dan sifat komunikasi

Strategi komunikasinya yaitu informasi yang mencakup oleh produk yang ditawarkan disampaikan atau divisualisasikan dalam sebuah kemasan atau packaging yang menarik. Sehingga informasi yang ingin diketahui oleh kalangan masyarakat khususnya pecinta kuliner dapat tersampaikan dengan baik setelah membaca informasi yang tertera pada *packaging Canggoreng Sa'ma* tersebut.

Dengan desain dan bentuk kemasan yang menarik, produk ini akan mudah diterima di toko-toko besar untuk dipasarkan dan mampu bersaing dengan penganan modern lainnya. Dengan begitu semakin banyak yang tertarik untuk memasarkan penganan tradisional ini maka semakin banyak pula konsumen dan yang mengetahui bahwa *Canggoreng Sa'ma* merupakan kue tradisional khas Kabupaten Polewali Mandar yang tetap menjaga keaslian resepnya secara turun temurun. Tidak menutup kemungkinan bahwa kue tradisional ini akan mampu bersaing dan dipasarkan hingga ke luar negeri jika dikemas

secara baik, unik dan menarik tanpa meninggalkan unsur tradisionalnya.

d. Analisa Unsur Visual

Unsur-unsur visual berupa garis, bentuk, ruang, warna, dan tekstur merupakan bagian yang akan ditampilkan desainer dalam pembuatan desain kemasan, tekstur yang akan ditampilkan desainer dalam kemasan ini akan lebih menonjol kepada garis yang terkesan kaku dan kasar begitupun dengan warna yang akan ditampilkan nantinya, warna yang akan ditampilkan dalam kemasan tersebut berupa warna warna yang mengiuti warna produk seperti, gold dan hitam dan warna ini juga terinspirasi dari branding yang di angkat oleh desainer yaitu **“manisnya tak terlupakan”**

e. Analisa Bentuk kemasan

Dalam perancangan kemasan ini diperlukan beberapa analisa bentuk kemasan berbagai produk sebagai referensi dari segi struktur fisik/bentuk. Berikut ini merupakan beberapa contoh hasil analisa bentuk kemasan.



Gambar 3.1
(Sumber internet. 06 mei 2016. Analisa Bentuk kemasan)

f. Analisa Warna

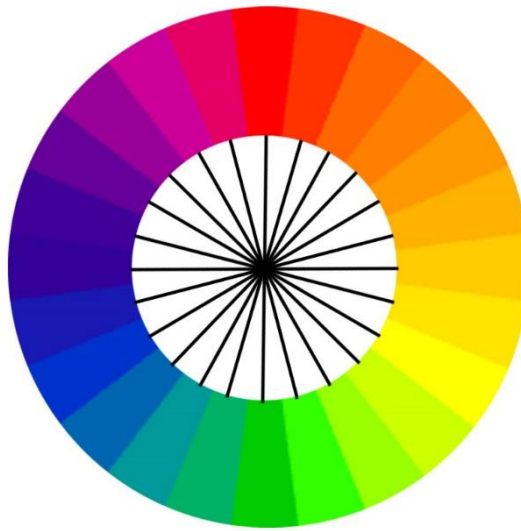
Skema warna yang akan mengacu data analisa strategi visual dan branding yang dilakukan untuk menekankan pada kemasan produk maka penerapan warna yang dianalisa sebagai berikut.

No	Warna	Makna	Penggunaan Dalam Kemasan
1.	Orange	Kehangatan sinar mentari, energy, suka cita, antusiasme, petualangan, ceria dan kepuasan. Mengkomunikasikan rasa segar, pedas, dan rasa buah-buahan.	Warna ini sering digunakan pada kemasan produk yang digunakan oleh wanita
2.	Coklat	Warna ini memberikan kesan psikologis yang hangat dan manis, serta setia.	Warna coklat biasa juga digunakan sebagai warna kemasan

			makanan. Untuk produk pangan, Warna ini juga melambangkan manis dan lezat seperti roti dan permen coklat.
3.	Hitam	Melambangkan keras kepala, dapat diandalkan, konstan, dan kebijaksanaan, menunjukkan rasa maskulin, serta mengesankan kekuatan. Pemakaian warna hitam dalam disain kemasan bisa membantu	Warna ini biasa digunakan dalam kemasan produk untuk cowok. Contohnya parfum AXE, Rexona Man,
4.	Putih	Warna putih, mengkomunikasikan kesegaran, kebersihan, keefektifan, kebenaran, dan kontemporer. Warna putih merefleksikan cahaya dan membuat warna di sekitarnya lebih menonjol.	Warna ini biasa digunakan dalam kemasan produk obat-obatan.
5.	Kuning	Menimbulkan kesan mirip dengan warna orange, yaitu ceria, hangat, seperti warna	Warna ini biasa digunakan dalam kemasan produk obat dan

		yang dipancarkan matahari dan bahagia. Kuning dapat menunjukkan rasa asam pada kemasan dan membuat efek secara psikologis yaitu kesan rasa lelah.	minuman seperti, kunyit asam, gold instant ginger, komix, vitamin C.
6.	Merah	Tampak menonjol, menarik perhatian, tajam, yang dapat memanggil emosi (menggebu-gebu).	Warna ini sering digunakan dalam kemasan produk makanan dan minuman seperti, Coca-Cola, KFC, MCD
7.	Gold	Menimbulkan kesan yang Mewah dan Mahal	warna ini sering digunakan pada kemasan kardus air yang dimana warna ini menimbulkan kesan tradisional.

Tabel 3.2 Analisis warna



Gambar 3.2
(Sumber internet 17 mei 2017, Analisa warna)

g. Analisa Tipografi

Tipografi yang akan desainer gunakan dalam desain kemasan berupa tipografi yang unik atau simpel yang orang muda baca. Dan mempunyai kesan menarik dari font tersebut. Berikut adalah tabel Analisa untuk font kemasan.

No	Nama font	Tipe Huruf
1.	Times New Roman	<ul style="list-style-type: none"> • Mewakili tulisan yang resmi • Mempunyai penampilan yang rapi • Mempunyai kontras yang rendah (goresan tebal dan tipis) • Mempunyai serif pada huru kecil yang miring • mempunyai goresan utama yang melengkung dan tidak tajam

		pilihan yang tepat untuk badan teks yang panjang
2.	Century Gothic	<ul style="list-style-type: none"> • Tanpa serif • Tidak ada kontras atau penekanan vertical • Tidak ada perbedaan dalam bobot goresan baik vertical maupun horizontal
3.	Source Sans Pro	<ul style="list-style-type: none"> • KeLihatan Sempel • Memiliki send serif yang seimbang horizontal dan cukup unik untuk font Desain Kemasan.
4.	Arial Narrow	<ul style="list-style-type: none"> • Bagian hurup terlalu berdempetan • Memiliki send serif yang memanjang

Tabel 3.3 Analisa Tipografi

h. Analisa Teknik Ilustrasi kemasan

Ilustrasi adalah untuk informasi visual tentang produk/makanan yang dikemas, pendukung teks, penekanan suatu kesan tertentu dan penangkap mata untuk menarik calon pembeli. Untuk ilustrasi yang digunakan dalam kemasan produk/makanan ini, penulis menganalisis beberapa teknik ilustrasi. Berikut adalah tabel untuk ilustrasi kemasan.

No.	Teknik Ilustrasi	Kelebihan	Kekurangan
1.	Ilustrasi <i>Vector</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Teknik ilustrasi dalam sebuah desain kemasan digunakan dengan memiliki makna bahwa produk tersebut berasal dari produk yang asli. • Sifatnya kongkrit (ilustrasi <i>Vector</i>) lebih realis menunjukkan tekanan gambar. • pokok masalah dibandingkan dengan media verbal). 	<ul style="list-style-type: none"> • Kung dapat menampilkan gambar sesuai dengan aslinya.
2.	Manual (<i>Drawing</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Gambar yang dibuat bersifat khas sesuai dengan kepribadian, sifat dan emosional. • Sentuhan lebih manusiawi. • Bebas menggunakan media dan alat yang ada di alam. • Kecepatannya dalam menumpahkan gagasan melalui gambar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Waktu pengerjaan relatif lama. • Perlu kecermatan dan kehati-hatian yang ekstra dalam pengerjaan. • Sulit untuk di duplikasi.

		<ul style="list-style-type: none"> • Lebih cocok untuk menggambar naturalis 	
3.	Digital	<ul style="list-style-type: none"> • Waktu pengerjaan lebih cepat. • Mudah diperbaiki jika terdapat kesalahan. • Mudah diduplikasi. • Ketrampilan sketsa tangan tidak terlalu diutamakan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengurangi sentuhan kemanusiawian nya karena garis yang dihasilkan lebih kaku. • Karena mudah diduplikasi, originalitasnya sering dipertanyakan. • Perlu mempelajari secara khusus software yang digunakan. • Ketergantungan terhadap teknologi.

Tabel 3.4 Analisis Ilustrasi

F. Analisa Kompetitor

No	Kompetitor	Defenisi Bahan
1.	<p>Tenteng Kacang</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tenteng kacang yang sering kita lihat di penjualan khusus makanan tradisional. • Teknologi kemasan yang digunakan adalah teknologi tradisional.
2.	<p>Kacang Otak Madura</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Kacang otak Madura ini hanya menggunakan logo nama produsen itu sendiri. • Material yang digunakan hanya menggunakan material plastic dan dikemas secara tradisional. • Teknologi yang digunakan untuk mencetak nama produk hanya menggunakan cetak <i>Offset</i>.
3.	<p>Gula Kacang</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Gula kacang ini hanya menggunakan kertas kinstruk sebagai nama produk. Den dicetak menggunakan mesin Offset • Material dan teknologi yang digunakan adalah material plastic dan teknologi yang digunakan untuk mencetak

		kemasan produk menggunakan teknik pres.
--	--	---

Tabel 3.5 Analisa kompetitor

G. Analisa *Positioning* dan *Branding*

-Posistioning

Berdasarkan dari data yang dijadikan kompetitor dan dari pengamatan serta dianalisis maka kita dapat mencermati bahwa posisi produk yang akan diusung dengan melihat target pasar yang ada yaitu memiliki level masyarakat menengah ke bawah. Dimana kebiasaan konsumen yang memiliki pendapatan menengah ke bawah tersebut memiliki kecenderungan mengomsumsi produk tanpa terlalu memikirkan efek yang ditimbulkan dan menyukai produk yang bersifat murah meriah. *Canggoreng Sa,ma* merupakan salah satu penganan atau jenis kue yang sangat *fenomenal* dari *Campalagian Pajallungan Desa Lagiagi* Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat. *Canggoreng Sa'ma* adalah salah satu makanan yang mirip seperti gula-gula karena bahan utamanya adalah gula merah. Sehingga dalam pembuatan kemasan ini dapat mengangkat budaya alam yang ada di sekitar daerah itu sendiri.

-Branding

Dengan melihat sisi buruknya dari dampak penggunaan sebuah material plastik yang terjadi pada lingkungan serta menganalisa data yang ada, maka branding yang digunakan pada kemasan produk yaitu dengan

menggunakan konsep budaya Etnik lokal khas Mandar dalam perancangan kemasan produk ini, baik dari bentuk dan visual. Sehingga akan lebih menarik perhatian konsumen untuk membelinya dan ingin mencicipi makanan khas tradisional Mandar ini.

H. Analisa Media Komunikasi

Media komunikasi adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media komunikasi umumnya beragam dan media komunikasi yang digunakan dalam perancangan kemasan ini adalah sebagai berikut.

1. Media Kemasan

Dalam perancangan kemasan produk terdapat beberapa aspek yang perlu dipertimbangkan mengenai apa yang dibutuhkan dalam pengemasan, baik kebutuhan konsumen maupun kebutuhan produk/makanan yang akan dikemas. Adapun analisa aspek yang dipertimbangkan dalam kemasan produk yaitu:

a) Analisa Aspek konsumen

Pada aspek ini, produk akan dikemas dengan mempertimbangkan aspek yang dibutuhkan oleh konsumen. Kemasan dirancang mampu melindungi produk dari berbagai ancaman. Adapun informasi yang disampaikan melalui kemasan ini dalam bentuk simbol, yaitu cara penyajian makanan / produk tradisional mandar.

b) Analisa Aspek Lingkungan

Ancaman terhadap lingkungan atau dampak yang ditimbulkan dari kemasan produk menjadi pertimbangan, bentuk kemasan yang silinder mudah disusun rapi pada saat penyimpanan atau pada saat penjualan. Informasi pada kemasan produk dapat diinformasikan melalui simbol/pesan keamanan pada kemasan.

c) Analisa Bentuk dan Tampilan Kemasan

Aspek ini merupakan aspek yang paling utama dalam perancangan kemasan karena yang pertama konsumen lihat adalah bentuk fisik dan tampilan visualnya. Adapun bentuk kemasan yang akan saya rancang adalah persegi panjang, silinder, persegi empat. Semakin unik tampilan kemasan maka konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk. Berhubungan dengan itu, motif unsur budaya tradisional kemasan merupakan daya tarik tersendiri dari produk ini dan akan membantu meningkatkan eksistensi budaya Sulawesi Barat khususnya kabupaten Polewali Mandar.

d) Analisa Material Kemasan

Penggunaan material kemasan akan disesuaikan dengan produk yang akan dikemas. Berikut beberapa alternatif bahan kemasan yang akan digunakan beserta kelebihan dan

kekurangan dan teknologi yang digunakan dalam pembuatan kemasan.

Material	Kelebihan	Kekurangan	Teknologi Kemasan
Bambu	<ul style="list-style-type: none"> • Modern • Kuat elegan dan ramah lingkungan • Muda didapatkan dan dapat dianyam sesuai dengan keinginan • Tahan panas 	<ul style="list-style-type: none"> • Cepak lapu 	<ul style="list-style-type: none"> • Kita dapat Menggunakan gergaji, badik,maupu pisau untuk membentuk suatu kemasan dari bambu sesuai dengan keinginan kita • Kemudian menggunakana amplas untuk membersihkan segala bagian kemasan yang telah dibuat.
Aluminium foil	<ul style="list-style-type: none"> • Modern • <i>Fleksibel</i> • Tidak dapat ditembusi oleh cahaya 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak dapat membungkus makanan yang masih panas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat menggunakan alat pres tertentu, yang dapat menghasilkan kemasan itu layak

	<p>gas, maupun air.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dapat digunakan sebagai pelapis kemasan sekunder. Dan dapat mengemasa produk pangan mentah seperti sayuran, ikan, daging maupun kerang. 		<p>untuk dijual belikan pada konsumen yang ingin berbelanja.</p>
kayu	<ul style="list-style-type: none"> • Modern • Flexible atau sebagai kemas padat • Mudah untuk memberikan label identitas • Kuat, elegan, dan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak dapat digunakan pada benda cair 	<ul style="list-style-type: none"> • Kita dapat Menggunakan mesin pemotong kayu yaitu Gurinra atau gergaji sesuai dengan yang kita inginkan. • Setelah pemotongan kita dapat

	<p>ramah lingkungan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tahan Panas 		<p>menggunakan amplas agar kayu yang telah dipotong dapat kita haluskan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Setelah dihaluskan kita dapat membuat kemasan produk sesuai yang diinginkan.
Tempurung kelapa	<ul style="list-style-type: none"> • Kuat • Ramah lingkungan • Mudah didapatkan • Tradisional • Tahan Panas 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak dapat digunakan pada benda cair • Susah dibentuk 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan alat untuk mengupas serabut kelapa lalu kemudian dibelah menggunakan badik, lalu isi kelapa dibersihkan menggunakan alat khusus untuk mencungkil isi kelapa tersebut. • Lalu kemudian tempurung kelapa dibersihkan menggunakan Pisau lalu dihaluskan

			<p>menggunakan amplas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kemudian dibentuk kemasan sesuai dengan keinginan kita.
Plastik	<ul style="list-style-type: none"> • Ringan • Flexible atau sebagai kemas kaku • Mudah untuk memberikan label identitas • Kuat • Tidak mudah bocor • Tahan karat • Mudah diberi warna sehingga menambah daya Tarik 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak tahan panas dengan suhu yang tinggi • Mengandung bahan kimia • Beberapa jenis plastic membutuhkan waktu puluhan hingga ratusan tahun untuk terurai secara alami (non-biodegradable) 	<ul style="list-style-type: none"> • Teknik yang digunakan adalah menggunakan teknik faku.

		<ul style="list-style-type: none"> • Jika tidak digunakan sesuai fungsinya, bahan-bahan yang terkandung dalam plastic dapat membahayakan kesehatan • Tidak hermetis (plastik masih bisa ditembus udara melalui pori-pori plastik) • Mudah terjadi pengembunan uap air didalam kemasan ketika suhu turun 	
--	--	--	--

Kertas Karton	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih ringan • Mudah dibawa kemana-mana • Harga relative lebih murah • Mudah didaur ulang • Mudah dilipat/ dibentuk 	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah robek • Mudah terbakar • Tidak dapat digunakan untuk mengemas produk yang mengandung cairan 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan teknik media cetak • Dapat kita sebut digital printing
Bahan Tradisional (<i>daun pisang kering</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Ringan • Tahan terhadap air (tidak tembus) • Mudah dibawa • Awet • Dapat dibentuk sesuai dengan keinginan. • Tahan terhadap 	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah robek • Mudah terbakar • Tidak dapat digunakan pada benda cair. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan teknik tradisional.

	<p>benda cair dan gas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bahannya mudah didapatkan. • Memiliki nilai tradisional 		
--	---	--	--

Tabel 3.6 Aspek Material Kemasan



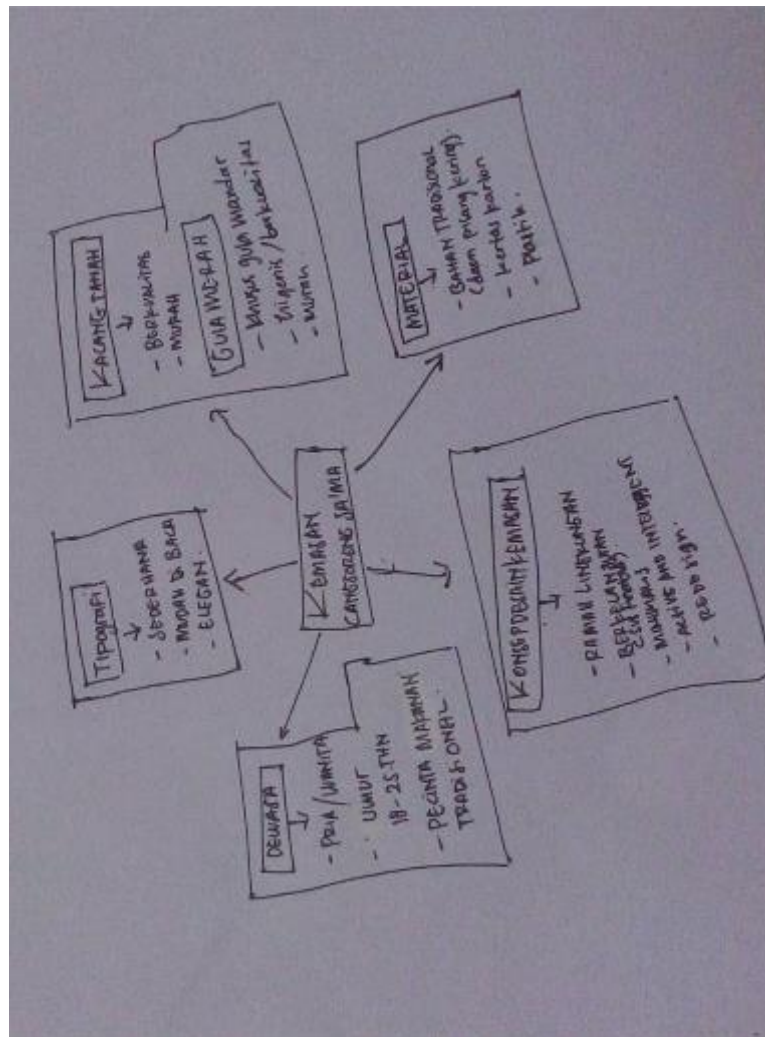
Gambar 3.3

(Sumber internet 24 Maret 2018, Analisa Material Kemasan)

I. Usulan Solusi

1. Pemetaan Gagasan / *Mind Mapping*

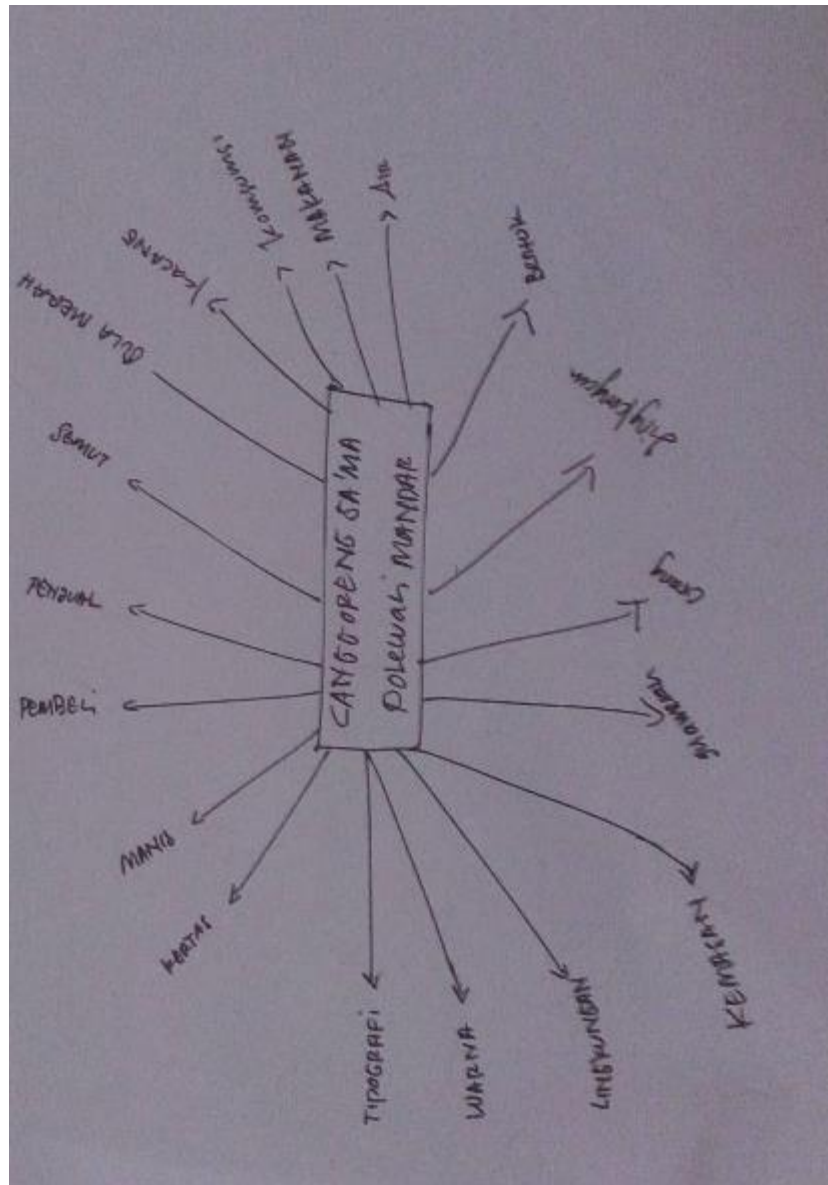
Mind mapping merupakan gagasan yang diambil melalui proses brainstorming sebagai proses memetakan sebuah pikiran terhadap objek komunikasi visual.



Gambar 3.4 *Mind Mapping*

2. Curah Gagasan/*Brainstorming*

Brainstorming merupakan ide-ide yang dituangkan dalam pembuatan produk. yang akan disusun secara struktur dan sistematis serta media dan teknologi yang dilakukan.



Gambar 3.5 *Brainstorming*

3. *Possesioneering Branding dan Diferensiasi*

a. *Possesioneering Branding*

Tetap mempertahankan resep asli produk ini yang berasal dari Kabupaten Polewali Mandar yang secara umum banyak masyarakat pembuat gula merah. secara turun temurun tanpa menambah atau mengurangi bahan pada penganan tradisional tersebut. Sehingga sampai sekarang keaslian dari kue tradisional ini masih tetap terjaga sampai sekarang dan masih dapat dinikmati oleh berbagai kalangan khususnya pecinta kuliner dan tidak kalah saing dengan penganan modern lainnya.

b. *Diferensiasi*

Produk yang sejenisnya yaitu dari segi kemasannya dan tetap mempertahankan resep aslinya yaitu Gula merah dan Kacang tanah. Di mana pengambilan atribut sebagai diferensiasi merupakan faktor penting dari produk dan tetap mempertahankan Etnik dan resep dari produk tersebut.

c. *Unsur Visual*

Unsur-unsur visual berupa garis, bentuk, ruang, warna, dan tekstur merupakan bagian yang akan ditampilkan desainer dalam pembuatan desain kemasan, tekstur yang akan ditampilkan desainer dalam kemasan ini akan lebih menonjol kepada garis yang terkesan kaku dan kasar begitupun dengan warna yang akan ditampilkan nantinya, warna yang akan ditampilkan dalam kemasan tersebut

berupa warna warna yang mengikuti warna produk seperti warna merah Maron bentuk garis dan warna ini juga terinspirasi dari branding yang diangkat oleh desainer yaitu “**manisnya tak terlupakan**”

4. Usulan Media Komunikasi Visual

Dalam perancangan kemasan. Adapun pengaplikasian yang akan diuraikan pada media utama, pendukung dan media promosi. Berikut adalah penjelasan pada media tersebut.

c. Media Utama

Adapun media utama yang akan dibuat adalah Kemasan sekunder dan primer Produk *Canggoreng Sa'ma* Polewali Mandar.

d. Media Pendukung

Adapun media pendukung Produk yang akan di buat yaitu:

- Tempat display Produk

e. Media Promosi

a. X-banner

Media x-banner akan merupakan sebuah media promosi dibagian interior ruangan. X-banner tersebut akan menggunakan berbahan dasar albadros dengan ukuran 60x160 cm dengan teknik digital *printing*.

BAB IV

KONSEP DESAIN DAN PROSES KREATIF

Berdasarkan analisa masalah yang didapatkan, maka desain kemasan yang akan dilakukan menggunakan konsep desain *Ramah lingkungan*. yang didukung dari penggunaan material kemasan plastik yang telah ada dan digunakan oleh produk *Canggoreng Sa'ma*, sebagai identitas dan *diferensiasi* tertentu pada produk-produk sejenisnya. Dengan penggunaan konsep tersebut akan difokuskan pada perancangan label dan kemasan sehingga mampu menarik konsumen.

A. Konsep Desain

Agar hasil analisis data yang telah diuraikan sebelumnya dapat terealisasi pada perancangan ini, maka konsep desain yang diangkat pada perancangan kemasan "*Canggoreng Sa'ma*", adalah Kuliner budaya Etnik yang bernuansa modern dan dengan menggunakan Konsep *Ramah Lingkungan*.

1. Konsep Strategi Komunikasi

a. Objek/Materi Komunikasi

Berdasarkan analisa dari objek komunikasi maka yang akan ditampilkan pada kemasan produk yaitu sebagai berikut.

1. Lebel kemasan Produk

Pada label kemasan produk yang akan ditampilkan nantinya adalah nama merek, komposisi, nama produsen, kehalalan produk, *barcode*, P-IR, *tagline* dan petunjuk penyimpanan.

2. Kandungan Gizi

Kandungan kalori gula merah

- Terdapat 11 kalori dalam gulah merah (1 sdt bongkahan)
- Rincian kalori: 0% lemak, 100% karbohidrat 0%

Kandungan kalori kacang tanah

- Terdapat 567 kalori dalam kacang tanah (100 gram)
- Rincian kalori: 73% lemak 12% karbohidrat 15%

3. Bentuk Ilustrasi

Ilustrasi yang akan digunakan pada kemasan produk adalah identitas produk itu sendiri yang menggunakan teknik ilustrasi *Vector*.

b. Target Audience Spesifik

Sasaran perancangan ditujukan untuk kalangan anak dewasa yang berumur mulai dari 21 sampai 40 tahun baik pria maupun wanita. Cenderung memiliki gaya hidup yang mencintai penganan tradisional.

Berdasarkan karakteristik tersebut di atas dan mengacu pada Konsep *Ramah Lingkungan*, maka gaya desain yang akan ditampilkan untuk menarik perhatian (*attention*) target audiens, adalah: gaya desain *vector* dan tetap mempertahankan identitas produk.

c. Strategi Komunikasi Visual

1) Konsep strategi komunikasi

- Penggunaan Nama Merek dan identitas produk

Identitas yang akan digunakan pada produk yaitu menggunakan nama merek atau nama produk itu sendiri yaitu, “*Canggoreng Sa'ma*”. dan menampilkan visual *vector* gula merah dan kacang tanah serta olahan yang telah terbentuk sebagai produk yang dapat dikonsumsi.

2) Konsep Strategi Visual

- Tipografi

Berdasarkan analisa tipografi yang akan digunakan pada label kemasan yaitu :

Source Sans Pro	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Century Gothic	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Tabel 4.1 (Penggunaan tipografi label kemasan)

- Material kemasan

Berdasarkan analisa material kemasan yang akan digunakan dalam pembuatan kemasan sekunder adalah material Bambu *Kalling* dengan ukuran dimesi dalam 0,7 cm dan menggunakan teknologi secara tradisional. Dan material untuk kemasan primernya akan menggunakan material daun pisang yang akan dibentuk sesuai dengan keinginan dan menggunakan teknologi tradisional.

- Penggunaan warna

Berdasarkan analisa warna yang akan digunakan pada label kemasan adalah Merah Maron sesuai dengan produk yang dikemas.



Gambar.4.1 (penggunaan warna pada label kemasan)

- Bentuk kemasan

Berdasarkan analisa bentuk kemasan yang digunakan adalah bentuk silinder dan bentuk persegi empat.

- Ilustrasi

Menampilkan ilustrasi *vector* gula merah dan kacang tanah serta olahan yang telah terbentuk sebagai produk yang dapat dikonsumsi pada label kemasan.

3) Difrensiasi

Produk yang sejenisnya yaitu dari segi kemasannya dan tetap mempertahankan resep aslinya yaitu Gula merah dan Kacang tanah. Di mana pengambilan atribut sebagai difrensiasi merupakan faktor penting dari produk dan tetap mempertahankan Etnik dan resep dari produk tersebut.

4) Media komunikasi visual

a. Media utama

- Kemasan produk
- *Totte bag*

b. Media pendukung

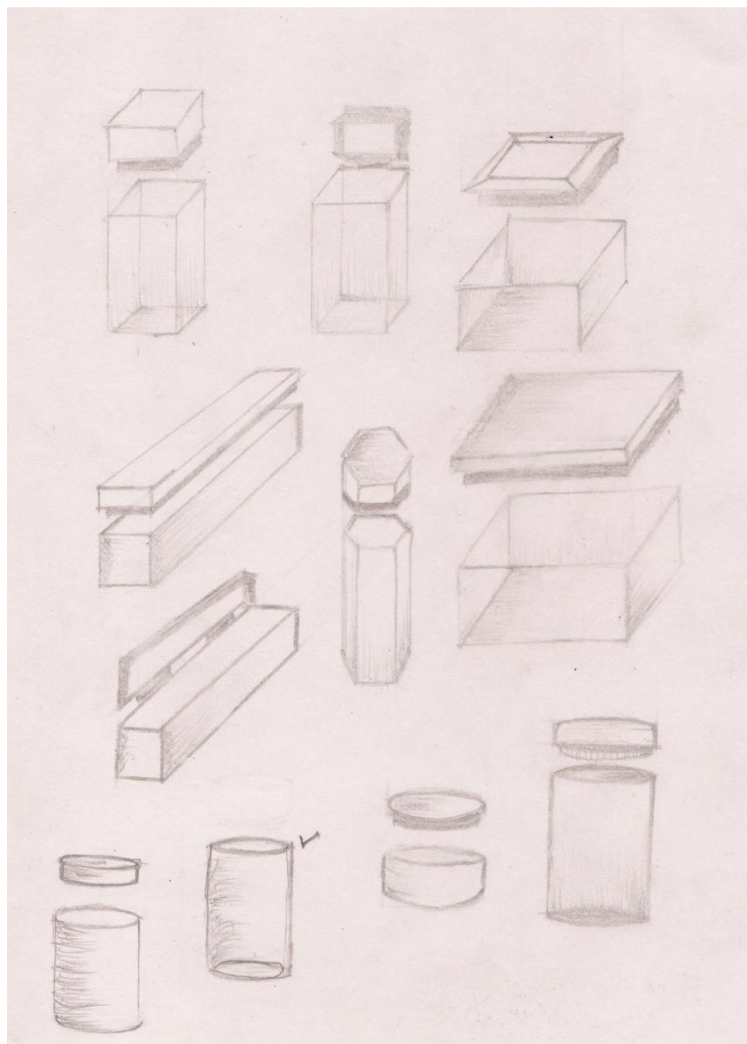
- Tempat display produk

c. Media promosi

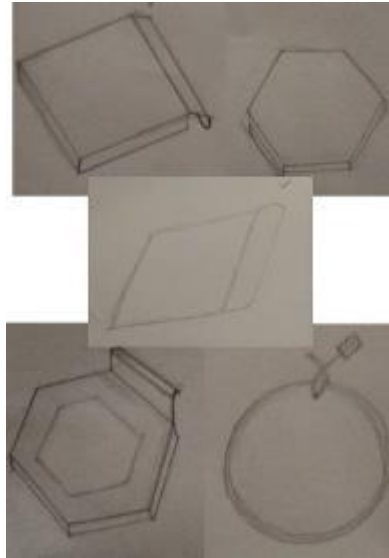
- X-banner

d. Sketsa Ide Awal

Adapun eksplorasi sketsa bentuk kemasan produk dilakukan dengan sketsa hitam putih terlebih dahulu, dengan gambar yang terdiri dari bermacam-macam permodelan bentuk dapat dilihat sebagai berikut



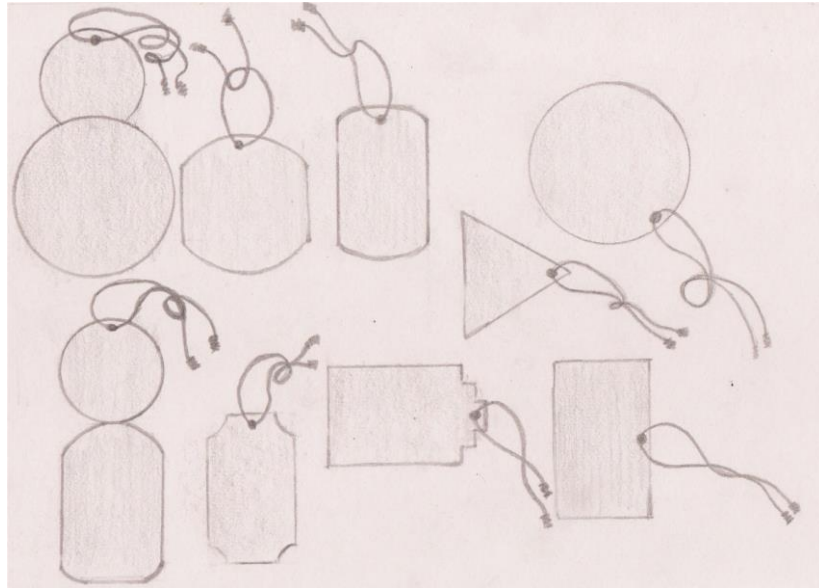
Gambar.4.2 (Sketsa bentuk kemasan sekunder)



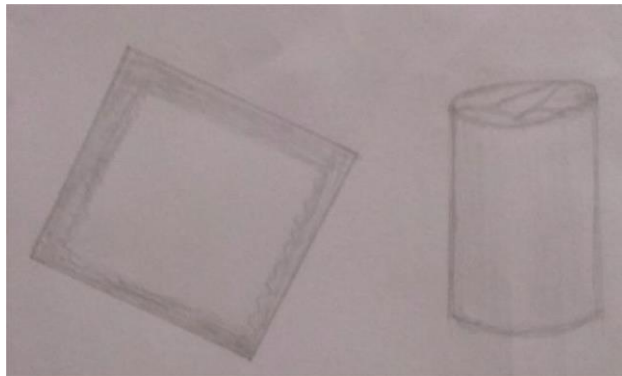
Gambar.4.3 (Sketsa bentuk kemasan sekunder)



Gambar.4.4 (Sketsa bentuk tipografi)



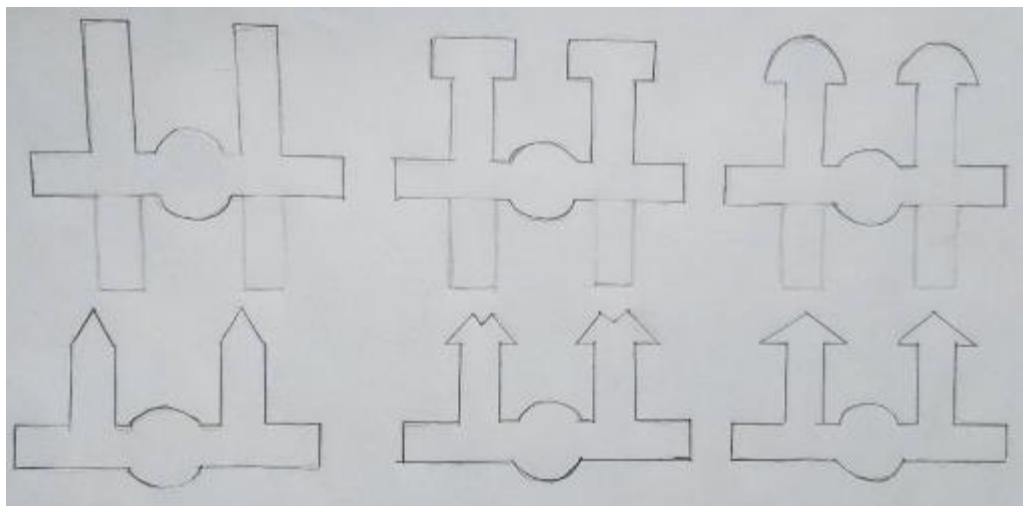
Gambar.4.5 (Sketsa bentuk lebel kemasan)



Gambar.4.6 (Sketsa kemasan primer)



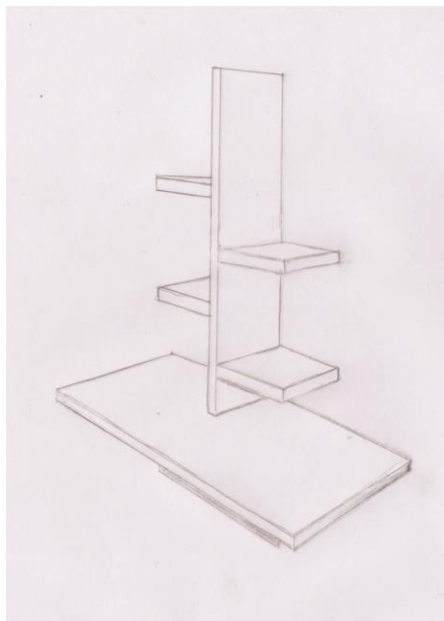
Gambar.4.7 (Sketsa kemasan sekunder)



Gambar.4.8 (Sketsa bentuk lebel kemasan sekunder)



Gambar.4.9 (Sketsa Identitas Produk)



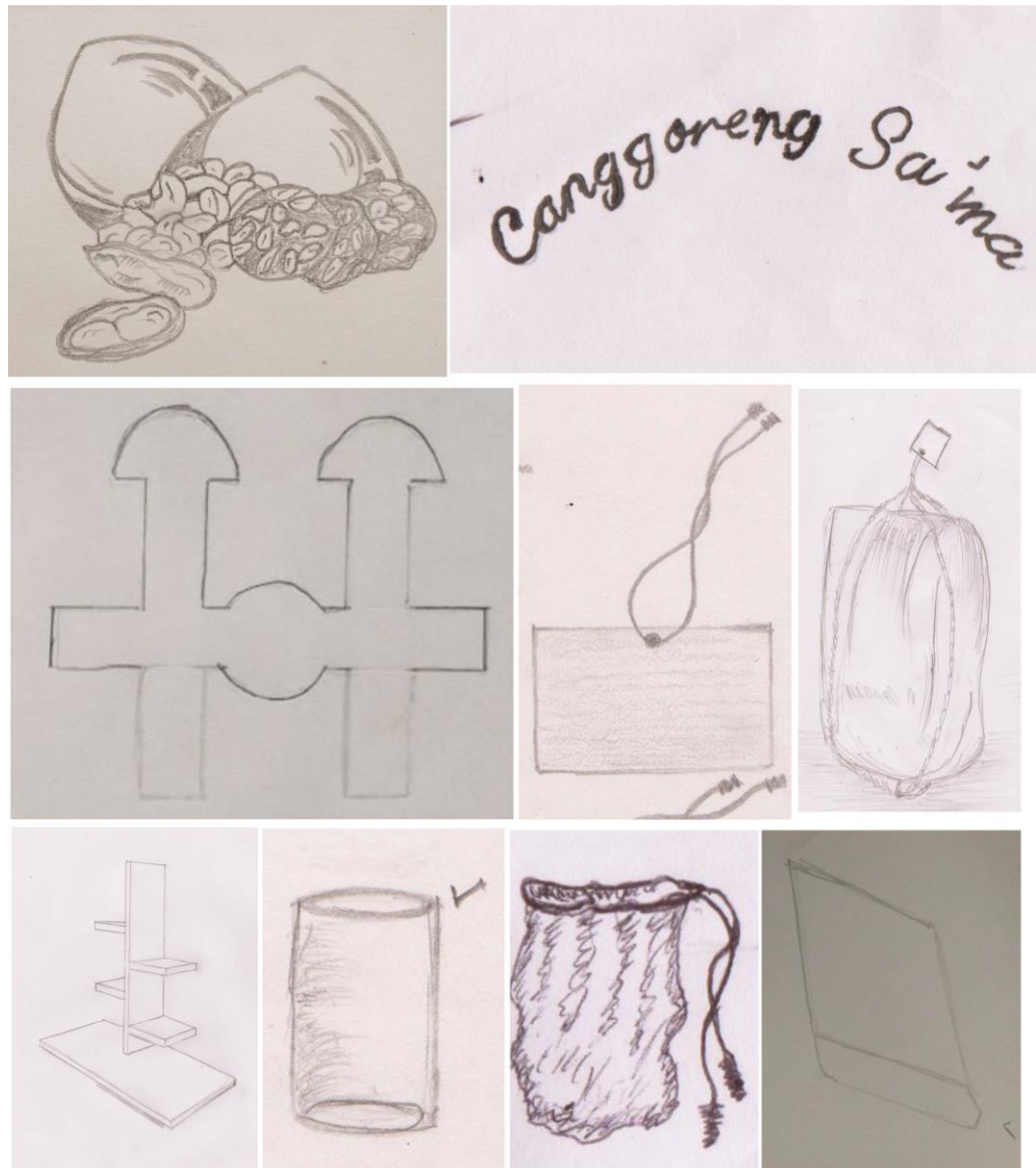
Gambar.4.10 (Sketsa media pendukung)

B. Proses Kreatif

4. Eksplorasi Visual/Visual Eksploration/Sketching dan Proses

Lainnya

Explorasi bentuk yang diperoleh melalui sketsa yang digambarkan kemudian dipilih berdasarkan pada pertimbangan aspek yang dibutuhkan akan sebuah kemasan. Berikut ini rancangan bentuk yang terpilih sketsa yang terpilih yaitu:



Gambar.4.11 (Sketsa yang terpilih)

Sketsa Bentuk dan jenis kemasan tersebut adalah bentuk yang dipilih didasarkan pada produk *Canggoreng Sa'ma*.

5. Digitalisasi

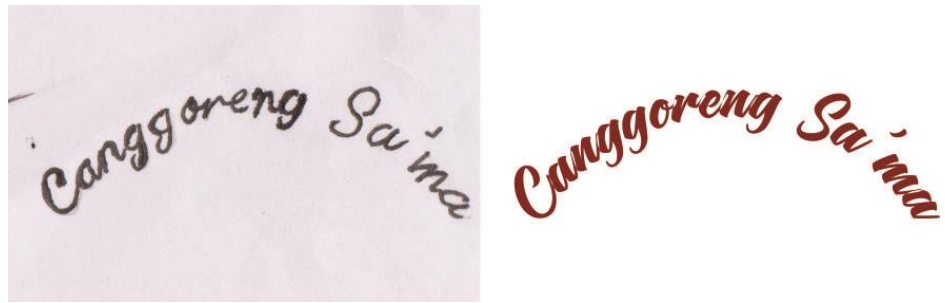
Setelah melakukan proses sketsa maka selanjutnya merupakan pemilihan desain yang sesuai dengan konsep yang telah ditentukan sebelumnya. Sketsa yang telah terpilih kemudian akan didigitalkan pada komputer dengan menggunakan software corel draw.



Gambar.4.12 (proses digitalisasi produk *Canggoreng Sa'ma*)



Gambar.4.13 (Hasil digitalisasi produk *Canggoreng Sa'ma*)











Gambar.4.14 (proses digitalisasi gaya huruf *Canggoreng Sa'ma*)



Gambar.4.15 (Hasil digitalisasi gaya huruf *Canggoreng Sa'ma*)

a) Pesan Simbol dan Keterangan Produk Pada Kemasan

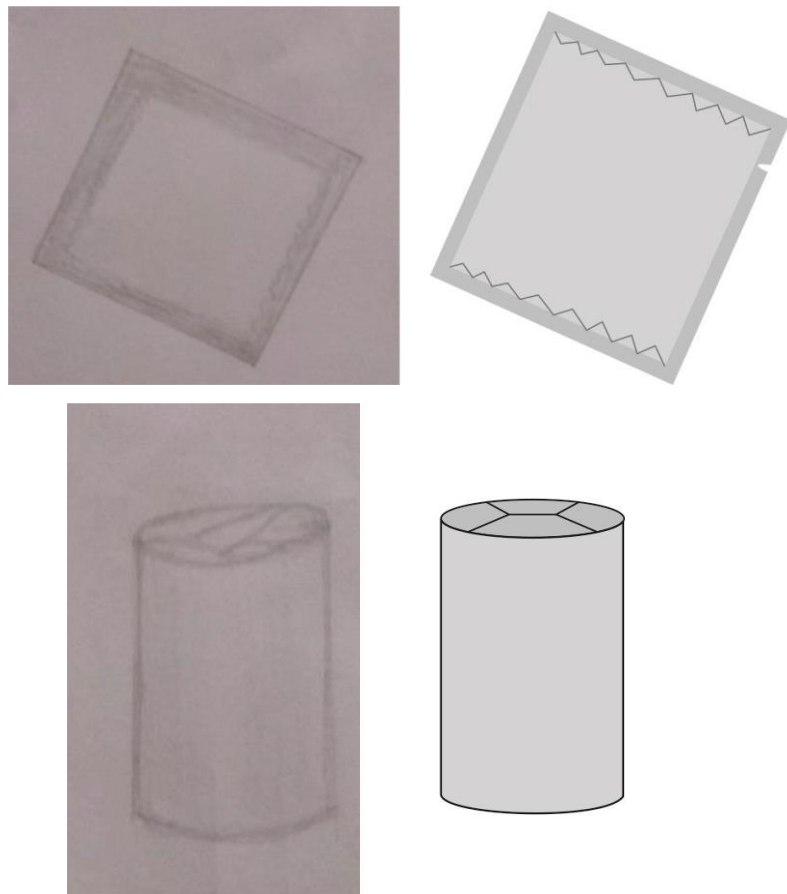
Seperti elemen visual kemasan yang dirancang sebelumnya, pesan, simbol, dan keterangan produk juga menjadi bagian terpenting dalam perancangan kemasan ini. Adapun pesan khusus seperti komposisi, barcode, tagline, logo halal, berat bersih, teks rekaan, kandungan protein dan nama produksi. Berikut ini terdapat tabel yang berisikan pesan, simbol dan keterangan produk yang terdapat pada kemasan *Canggoreng Sa'ma*. dapat dilihat sebagai berikut.

Jenis Informasi	Keterangan Pesan	Simbol
Kode halal	Logo Halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI)	
Komposisi Produk	Bahan utama produk	Komposisi Gula Merah, Kacang Tanah Dan Air
Kode Identifikasi produk (kode Batang)	Teks Rekaan (<i>Dummy teks</i>)	 81992646982562
Tagline	Manisnya Tak Terlupakan	
Visual Produk	Identitas produk	
Merek	Nama produk	<i>Canggoreng Sa'ma</i>
Kandungan	Informasi Nilai Gizi	Kandungan Kalori Gula Merah Terdapat 11 Kalori Dalam Gula Merah (1 Sdt Bongkahan) Kandungan Kalori Kacang Tanah Terdapat 567 Kalori Dalam Kacang Tanah (100 Gram)
P-IRT	Tempat Produksi	P-IRT Diproduksi Oleh: Anugerah, Cempalagan 91353
Petunjuk	Hindarkan dari sinar Matahari dan Hujan	
	simpan pada suhu maksimal pada 30°	
	Buanglah Sampah Pada Tempatnya	
	Daur ulang (<i>Recycle</i>)	

Tabel.4.2 (Pesan dan simbol pada Rancangan Kemasan)

f. Proses Digital Kemasan Primer dan sekunder

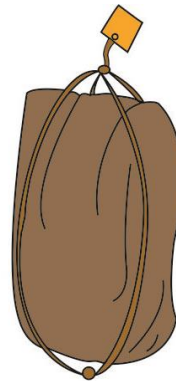
Setelah menganalisa bahan yang akan digunakan nantinya pada saat pengemasan *Canggoreng Sa'ma* dan yang terpilih untuk dijadikan kemasan primer adalah dengan menggunakan daun pisang kering lalu diberikan lebel sebagai pengekat untuk kemasan primer. Dan dapat kita lihat pada gambar dibawa ini.



Gambar.4.16 (Proses Digital kemasan primer
Canggoreng Sa'ma)



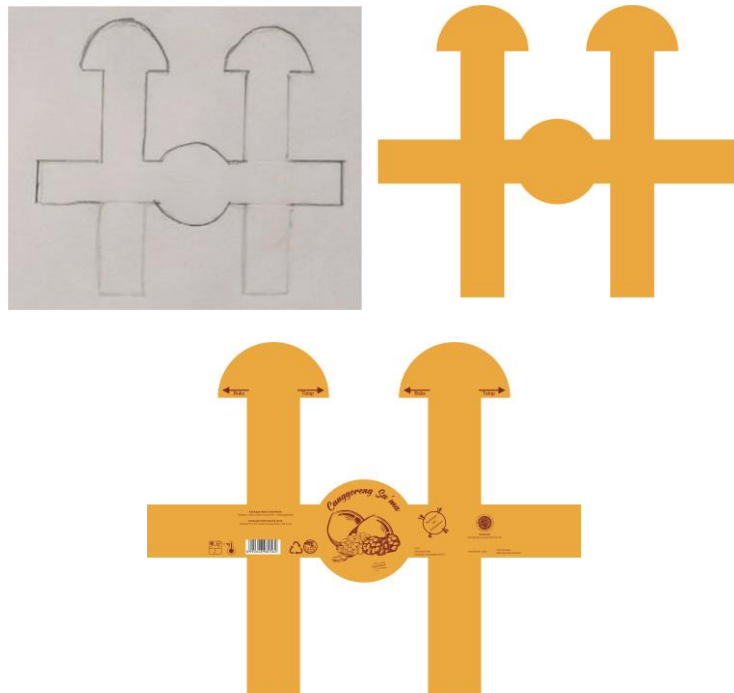
Gambar.4.17 (Proses Digital kemasan sekunder
Canggoreng Sa'ma)



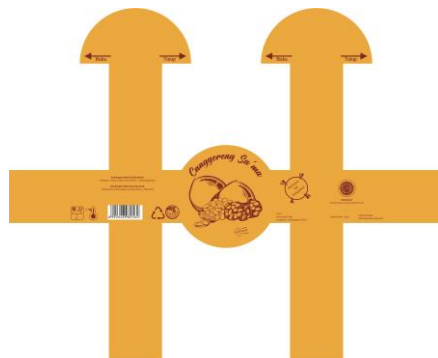
Gambar.4.18 (Hasil Digital Kemasan sekunder
Canggoreng Sa'ma)

g. Proses Digital Lebel Kemasan Sekunder

Dari proses diatas maka selanjutnya akan melalui proses digitalisasi pada label kemasan sekunder, sesuai dengan sketsa yang telah dibuat. Dan dapat kita lihat sebagai berikut.



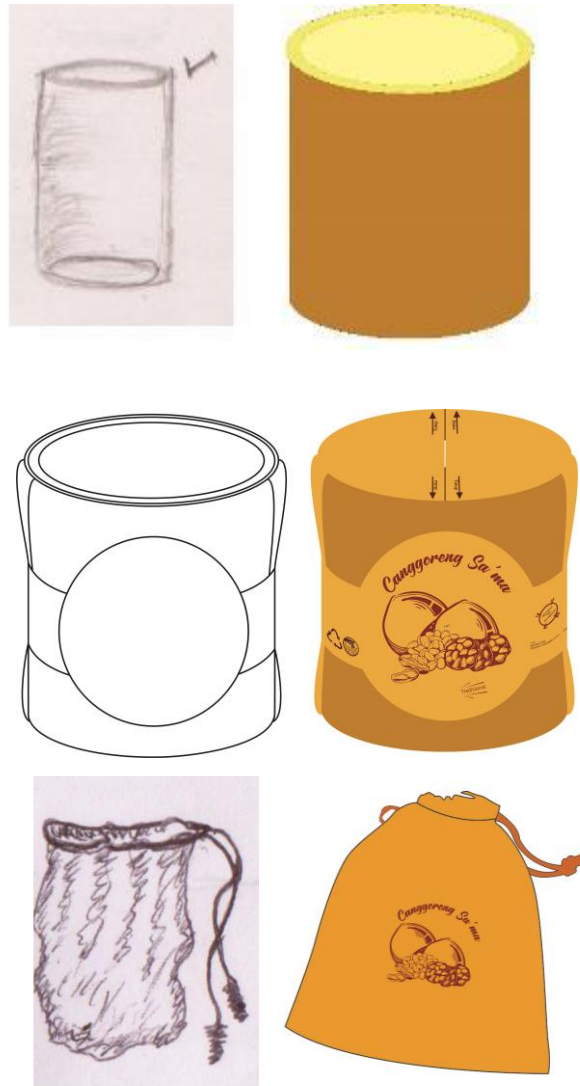
Gambar.4.19 (Proses Digital lebel Kemasan sekunder)



Gambar.4.20 (Hasil Digital lebel Kemasan sekunder)

h. Proses Digital Kemasan Sekunder

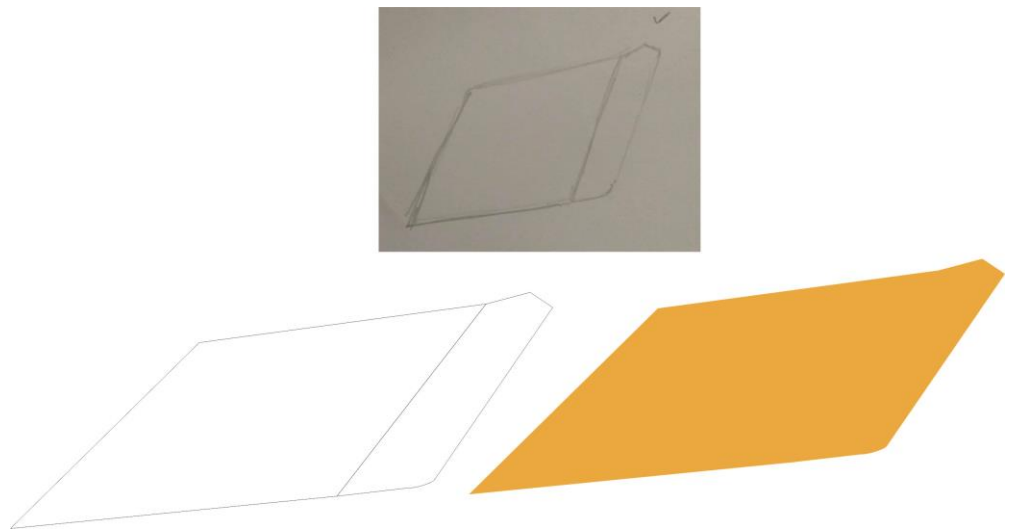
Setelah melakukan sketsa dan telah dipilih untuk dijadikan kemasan sekunder, maka proses digitalnya dapat kita lihat pada gambar dibawa ini.



Gambar.4.21 (Proses Digital Betuk Kemasan sekunder)

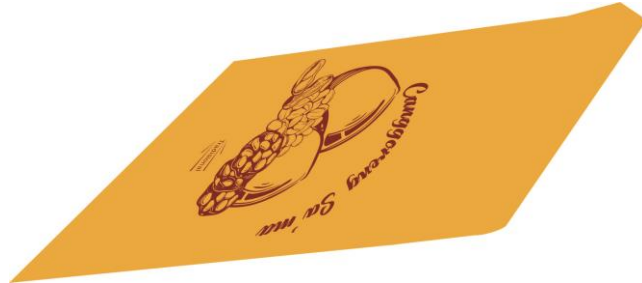


Gambar.4.22 (Hasil Digital Betuk Kemasan Sekunder)

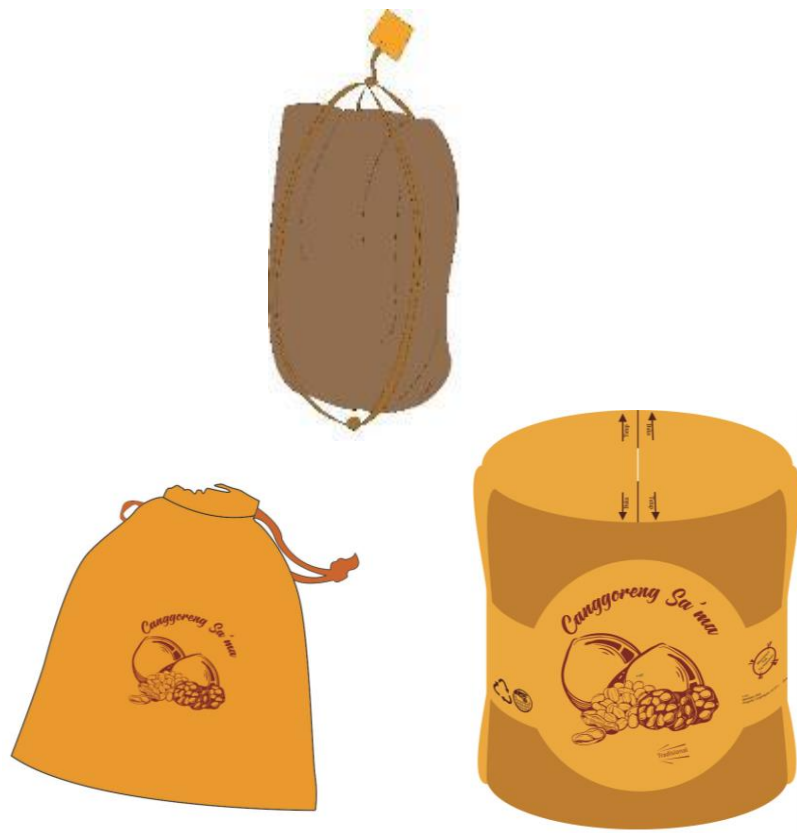


Gambar.4.23 (Hasil Digital Betuk Kemasan Sekunder)

i. Hasil final desain Kemasan



Gambar.4.24 (Hasil desain kemasan)



Gambar.4.25 (Hasil Digital Kemasan)

BAB V

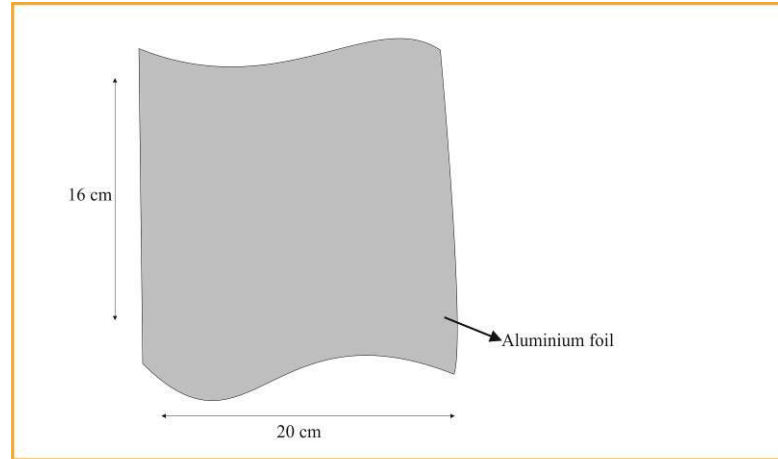
HASIL DESAIN & PEMBAHASAN

Hasil desain yang telah dibuat, akhirnya menghasilkan rancangan yang terdiri dari media utama yaitu kemasan primer dan sekunder beserta dengan media pendukung lainnya sebagai penunjang media utama. Media utama yang akan dilakukan terdiri kemasan sekunder dan primer, untuk media pendukung yaitu terdiri dari Display produk dan Untuk media promosi terdiri dari *X-benner*.

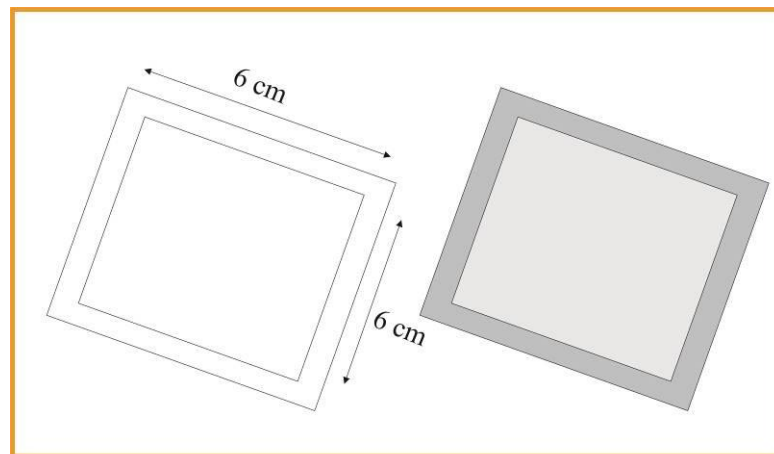
C. Media Utama

Adapun media utama yang digunakan dalam perancangan desain kemasan *Canggoreng Sa'ma* Polewali Mandar yaitu menggunakan kemasan Bambu sebagai kemasan sekunder dan daun pisang kering digunakan sebagai kemasan sekunder dan aluminium foil sebagai kemasan primer. Hasil desain tersebut lebih difokuskan pada komunikasi visual produk. berikut merupakan hasil desain media utama yang terdiri dari kemasan primer dan sekunder.

a. Kemasan Primer



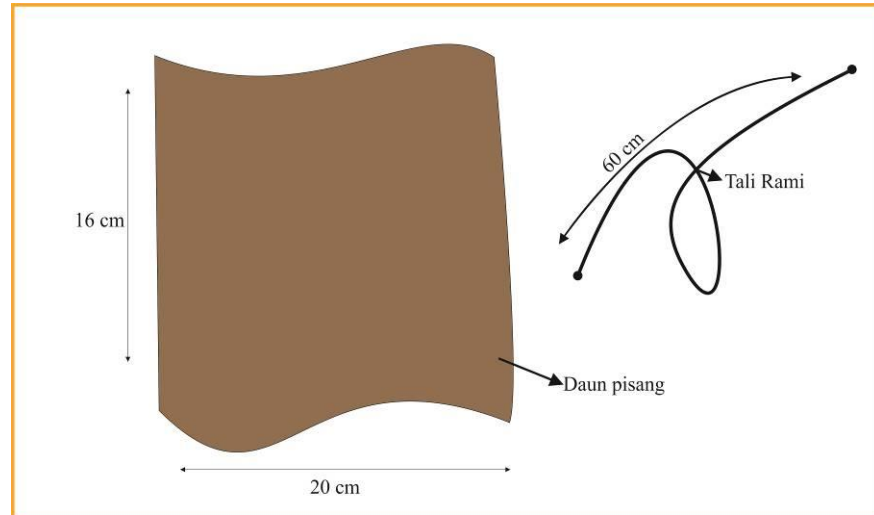
Keterangan:
← → = ukuran
Teknologi = Pres



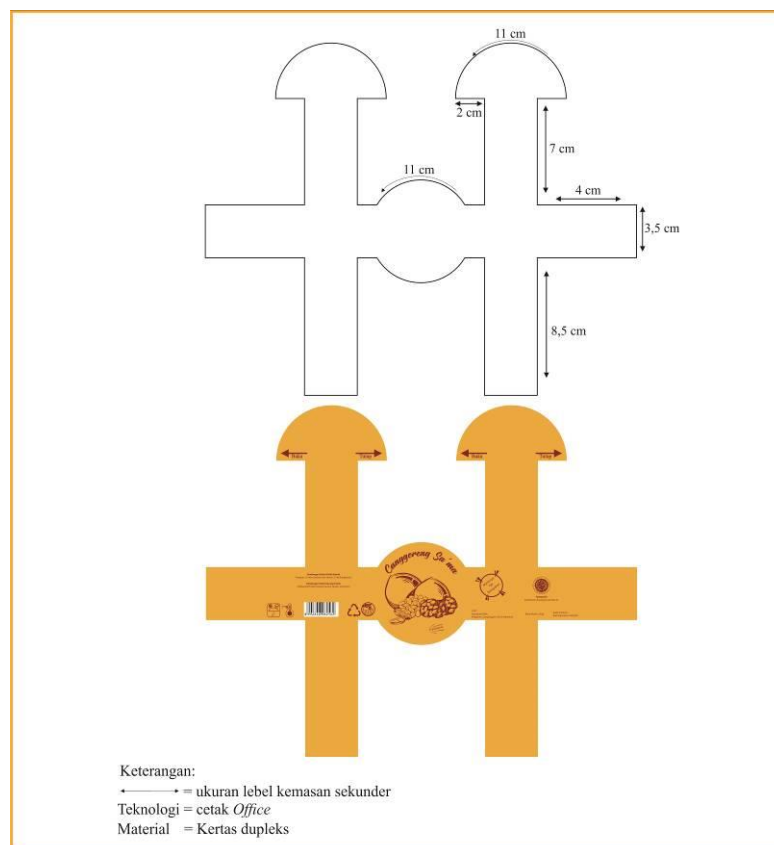
Keterangan:
← → = ukuran
Teknologi = pres
Material = Aluminium foil

Gambar 5.1 Kemasan primer

b. Kemasan Sekunder

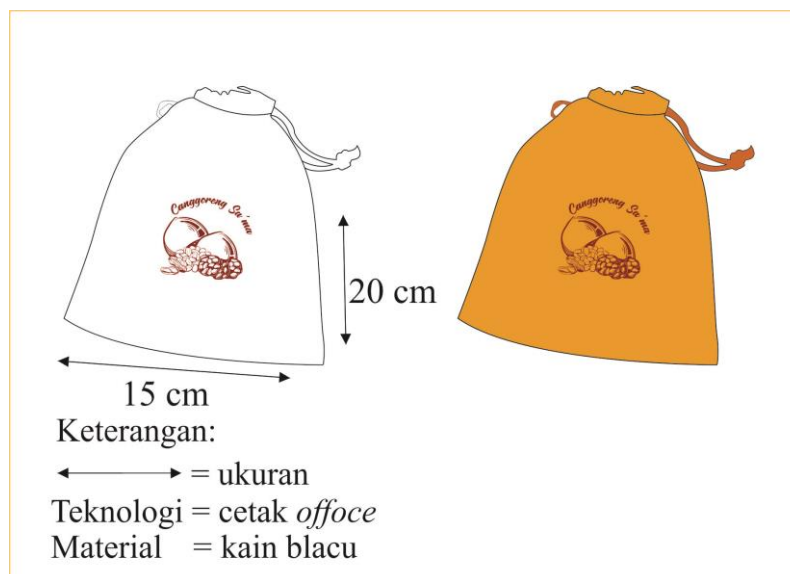
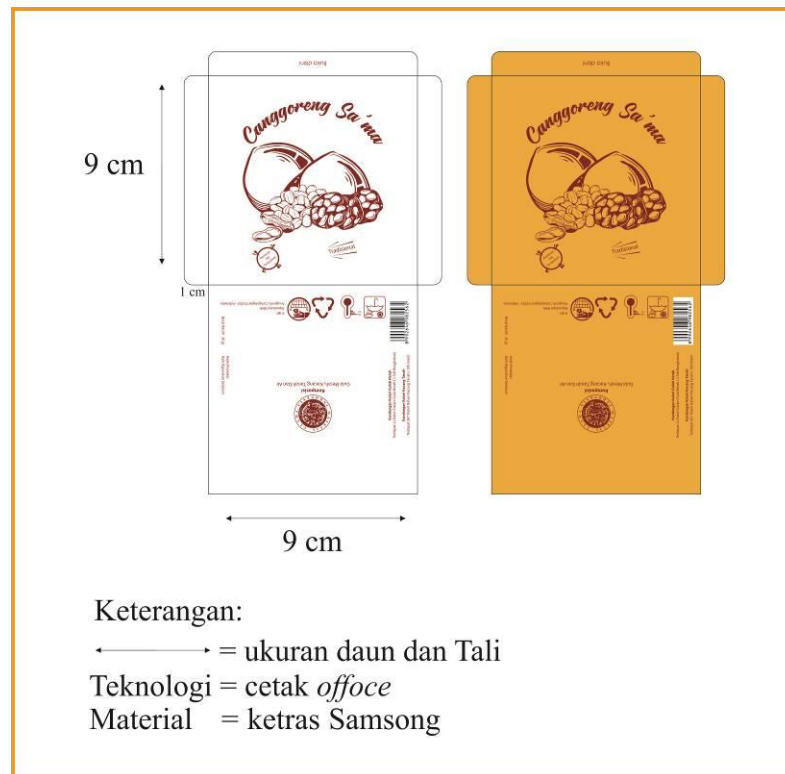


Keterangan:
 ↳ ↳ = ukuran daun dan Tali
 Teknologi = tradisional

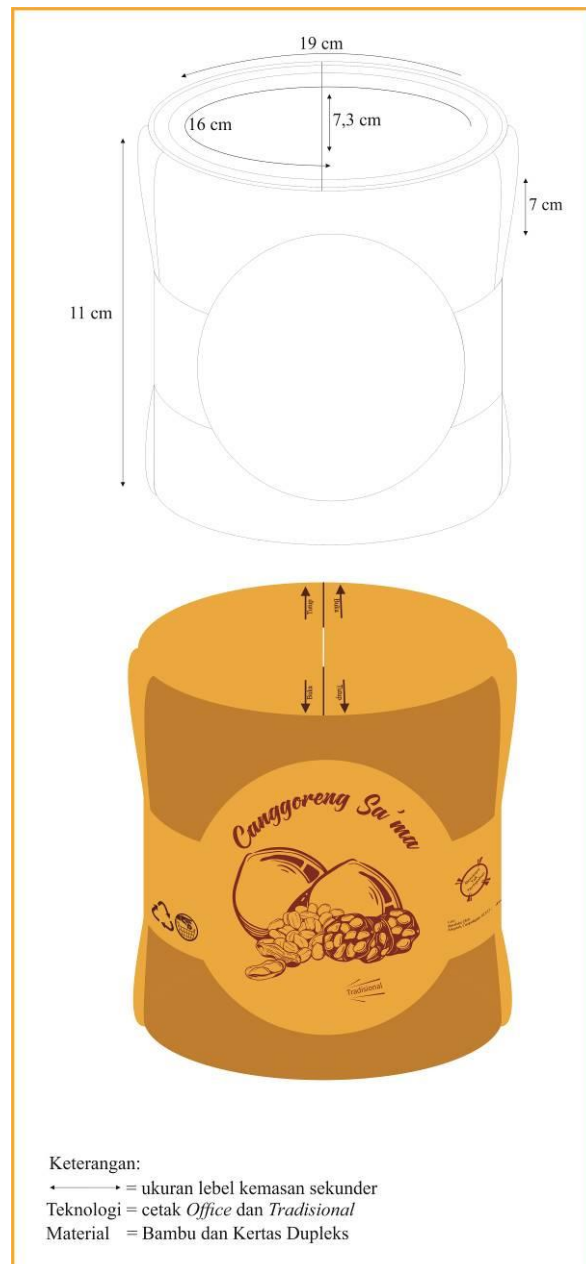


Keterangan:
 ↳ ↳ = ukuran label kemasan sekunder
 Teknologi = cetak Office
 Material = Kertas dupleks

Gambar 5.2 Label Kemasan Sekunder



Gambar 5.3 kemasan sekunder



Gambar 5.4 kemasan sekunder



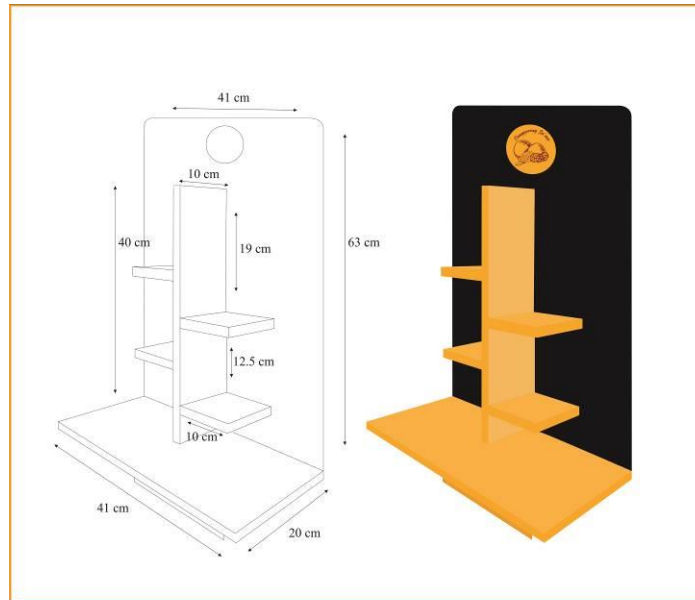
Gambar 5.5 hasil foto kemasan sekunder dan primer



Gambar 5.6 Hasil foto kemsan sekunder

B. Media Pendukung

a. Display Produk



Keterangan:

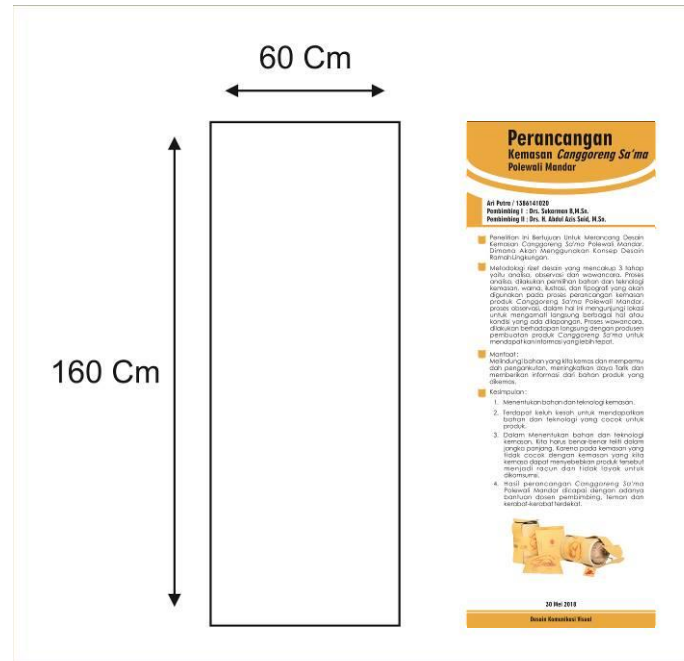
→ = ukuran

Material = kayu dan tripleks

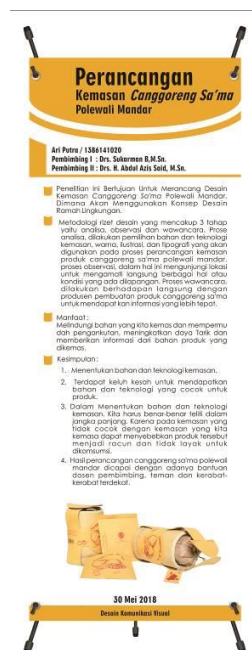
Gambar 5.7 Tempat display produk

C. Media Promosi

1. X-Banner



Gambar 5.8 X-Banner



Gambar 5.9 Hasil Foto media promosi

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Perancangan kemasan *Canggoreng Sa'ma* sebagai media yang tidak hanya sebatas melindungi produk tersebut, namun selain mampu untuk melindungi produk juga diharapkan mampu untuk menarik perhatian calon konsumen sesuai dengan target audience yang telah di uraikan di bab-bab sebelumnya. Proses yang dilakukan dalam perancangan desain kemasan ini melalui beberapa proses yang penting, sehingga menghasilkan sebuah desain kemasan yang mampu untuk meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun pasar Tradisional. Proses yang dilakukannya mampu disimpulkan sebagai berikut ini.

1. Menentukan bahan dan teknologi kemasan.
2. Terdapat keluh kesah untuk mendapatkan bahan dan teknologi yang cocok untuk produk.
3. Dalam menentukan bahan dan teknologi kemasan. Kita harus benar-benar teliti dalam jangka panjang. Karena pada kemasan yang tidak cocok dengan kemasan yang kita kemas dapat menyebabkan produk tersebut menjadi racun dan tidak layak untuk dikonsumsi.

B. Saran

Dalam perancangan kemasan produk yang paling utama kita harus cari tau yaitu bahan dan teknologi kemasan. Mengapa demikian karena perancangan kemasan baik produk basah, cair maupun padat. Sangatlah

dperluan ketelitian dalam memilih bahan kemasan produk. Karena dengan tidak adanya ketelitian dalam memilih bahan kemasan produk yang kita kemas dapat menyebabkan produk tersebut tidak tahan lama dan akan menjadi racun atau produk tidak layak dikonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Febriani, Yessy. 2016. *Pengertian, Sejarah, Fungsi, Syarat dan Klasifikasi Kemasan*, (Online). ([https://yessyfebryani.wordpress.com/2016/08/29/pengertian-sejarah fungsi-syarat-dan-klasifikasi-kemasan/](https://yessyfebryani.wordpress.com/2016/08/29/pengertian-sejarah-fungsi-syarat-dan-klasifikasi-kemasan/) diakses 23 april 2017)
- Universitas Sumatra Utara. Chappter, 2011. *Jurnal 20 Gizi*. (Online). (file:///E:/tgs%20skripsi/proposal/jurnal%20bahan%20gizi/Chapter%20II.pdf/ diakses 26 april 2017).
- Rahmansyah Lokoro 2002. Studi Komunikasi Visual Makanan Ringan, *Jurnal Idea* (Online).(<http://personal.its.ac.id/files/pub/2002-ramok-Riset%20Ilustrasi%20Kemasan%20-%20jurnal%20IDEA.pdf/> diakses 6 April 2017).
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 Pasal 1 Nomor 2 Tentang Perindustrian*. 2017. Jakarta: JDI Kemenkeu.
- Said, A. A. (2014). *Desain Kemasan*. Makassar: Universitas Negeri Makassar.
- Said, A. A. (2014). *Logo*. Makassar: Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar.
- Syarif, (1989). Fungsi dan Bahan pada Gelas/Kaca. (<https://hestcassie.wordpress.com/2013/03/04/laporan-praktikum-kemasan-gelas/> diakses 16 mei 2017)
- Anonymous, (2011). Jenis Kertas pada Kemasan. (Online), (<https://media.neliti.com/media/publications/30959-ID-efisiensi-penggunaan-kemasan-kardus-distribusi-mangga-arumanis.pdf>, diakses pada 22 mei 2017)
- Suryati, Setiawan. 1987. Penggunaan Plastik pada Kemasan. (Online) (<http://posluhdesdesacijambu.com/2011/10/pengemasan-produk>, diakses maret 25 2017)
- Soroka Walter, (1996). *Foundamental of Packeging Tecnologi, United Kindom*, Desain Kemasan. Diakses 9 maret 2017.
- Soekarnno, (1990); Anonim, (1996); Penganan Tradisional. Diakses 18 juli 2017.

- Widiatmoko, (2007 : 20). *Packeging*. (Online)
(https://www.researchgate.net/publication/316926323_PERANAN_PACKAGING_DALAM_MENINGKATKAN_HASIL_PRODUKSI_TERHADAP_KONSUMEN, diakses 29 maret 2017)
- Mulyanto, (2006); Rafick, (2007); Eriyanto, (2011); Tambunan, (2003); Mulyanto, (2006). Tentang *Industry*. Diakse 20 juni 2017.
- Iskandar, 1987. Pengemasan dan Perlindungan Mutu Bahan Pangan. Diakses 12 juni 2017.
- Gobe Marc, (2003). *Emotion Branding*, Desain Kemasan dengan Media Promosi. Diakses 16 juni 2017.
- Klimchuk, Sandra. 2007. Desain Kemasan Dalam Pemasaran. Diakses 29 juni 2017.
- Chapter, 2013. *Jurnal Gizi*. (Online).
(file:///E:/tgs%20skripsi/proposal/jurnal%20bahan%20gizi/S1-2013-187769-chapter1.pdf / diakses 29 april 2017)
- Kotler, 2013 *produk* (Online), (<https://pengertiandefinisi.com/pengertian-produk-dan-beberapa-jenis-jenisnya/> diakses 18 april 2017)

LAMPIRAN



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS SENI DAN DESAIN

Alamat: Kampus FSD UNM Parangtambung, Jl. Dg. Tata Makassar Makassar 90224. Telp (0411) 888524

Nomor : 3222/UN38.21.2/DL/2016

Makassar, 19 Desember 2016

Lamp :

Hal : Permohonan Pembimbing/Konsultan Skripsi/TA

Yth. : 1. Drs. Sukarman B., M.Sn.
2. Drs.H.Abd. Azis Said, M.Sn.

di Makassar

Dengan hormat,

Kami mengharapkan kesediaan Saudara kiranya berkenan menjadi pembimbing/konsultan skripsi/tugas akhir dari mahasiswa:

Nama : Ari Putra
Stambuk : 1386141020
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul Skripsi/TA : Perancangan Kemasan *Canggoreng Sa'ma* Polewali Mandar.

Atas kesediaan saudara, kami ucapkan terima kasih.

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Dian Cahyadi, S.Ps., M.Ds.
NIP:19770518 200812 1 001

*Coret yang tidak perlu

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| 1. Drs. Sukarman B., M.Sn. | Bersedia/ Tidak bersedia |
| 2. Drs.H.Abd. Azis Said, M.Sn. | Bersedia/ Tidak bersedia |

Tanda tangan

(.....)
(.....)



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS SENI DAN DESAIN

Alamat: Kampus FSD UNM Parangtambung, Jl. Dg. Tata Makassar Makassar 90224. Telp (0411) 888524

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa:

1. Nama : Ari putra
2. NIM : 1386141020
3. Program Studi : Desain Komunikasi Visual
4. Judul : Perancangan Kemasan *Canggoreng sa'ma* Polewali
Mandar.

Proposal yang disusun oleh mahasiswa tersebut di atas, telah kami periksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk Seminar Proposal

Makassar, 2017

Pembimbing I,

Drs. Sukarman B., M. Sn.
NIP: 19660811 199203 1 005

Pembimbing II,

Drs. H. Abd. Azis Said, M. Sn.
NIP: 19581104 199003 1 003

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



Dian Cahyadi, S.Ds., M.Ds.
NIP: 19551201 198212 1 001



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Alamat: Kampus FSD UNM Parangtambung, Jl. Dg. Tata Makassar Makassar 90224. Telp (0411) 888524

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa:

1. Nama : Ari putra
2. NIM : 1386141020
3. Program Studi : Desain Komunikasi Visual
4. Judul : Perancangan Kemasan *Canggoreng Sa'ma* Polewali Mandar

Proposal yang disusun oleh mahasiswa tersebut di atas, telah kami periksa dan menyatakan memenuhi syarat/layak untuk **Melaksanakan Penelitian.**

Makassar, 16 November 2017

Pembimbing I

Drs. Sukarman B, M.Sn.
NIP:19660811 199202 1 005

Pembimbing II

Drs.H.Abd.Azis Said, M. Sn.
NIP:19581104 199003 1 003

Mengetahui
Ketua Program Studi,



Dian Cahyadi, S.Ds, M.Ds.
NIP:19551201 198212 1 001



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS SENI DAN DESAIN

Alamat: Kampus FSD UNM Parangtambung, Jl. Dg. Tata Makassar 90224 Telp. (0411) 888524

Nomor: 0057/UN36.21/LT/2018
Lamp. : 1 (satu) Eks. Proposal
Hal : Permohonan Izin Mengadakan Penelitian

15 Januari 2018

Yth. : Bupati Polewali Mandar.
u.p. Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah.
di Polewali Mandar.

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak bahwa dalam rangka penyelesaian studi Mahasiswa Program Strata Satu (S1) Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar.

N a m a : Ari Putra
NIM : 13861421020
Program Studi : Desain Komunikasi Visual.

kami mohon mahasiswa tersebut diizinkan untuk mengadakan penelitian di Kabupaten Polewali Mandar.

Untuk memperoleh data penelitian yang berjudul:

Perancangan Kemasan *Canggoreng Sa'ma* Polewali Mandar.

Atas bantuan dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Nurlina Syahrir, M.Hum.
NIP. 19630121 198903 2 001





**PERPUSTAKAAN
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR**

Kampus FSD Parangtambung, Jln. Dg. Tata/ Malengkeri Tlp. 0411-888524/Fax.0411-888524

SURAT KETERANGAN BEBAS PEMINJAMAN

NOMOR 2293/PERPUS.FSD/.....X...../2017....

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ARI PUTRA
Nim : 88641020
Prog. Studi : DKV
Alamat : BATUAPAYA

Telah bebas dari peminjaman buku pada perpustakaan Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar dan telah memberikan sumbangan sebesar Rp. 25.000,- untuk pengembangan perpustakaan Fakultas Seni dan Desain. Keterangan ini diberikan kepadanya untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar 11 Oktober.....2017..
Pengelola Perpustakaan,



SRI RAHAYU ISWARI, S.Pd

Catatan:

Dibuat 3 rangkap masing-masing

1. Jurusan
2. Perpustakaan
3. Mahasiswa ybs



PEMERINTAH KABUPATEN POLEWALI MANDAR
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Manunggal NO. 11 Pekkabata Polewali, Kode Pos 91315

IZIN PENELITIAN

NOMOR : 503/124/IPL/DPMPTSP/III/2018

- Dasar :
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 atas Perubahan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Izin Penelitian;
 2. Peraturan Daerah Kabupaten Polewali Mamasa Nomor 2 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2009 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Inspektorat Bappeda dan Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Polewali Mandar;
 3. Memperhatikan :
 - a. Surat Permohonan Sdr(i) ARI PUTRA
 - b. Surat Rekomendasi dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Nomor : B-143/Bakesbangpol/B.I/410.8/III/2018, Tgl. 02 Maret 2018

MEMBERIKAN IZIN

Kepada :

Nama	: ARI PUTRA
NIM/NIDN/NIP	: 13861421020
Asal Perguruan Tinggi	: UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
Fakultas	: SENI DAN DESAIN
Jurusan	: DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
Alamat	: DSN. SILOPO KEC. BINUANG

Untuk melakukan Penelitian di Kec. Campalagian Kabupaten Polewali Mandar, terhitung bulan Maret 2018 dengan Judul **"PERANCANGAN KEMASAN CANGGORENG SA'MA POLEWALI MANDAR"**.

Adapun Rekomendasi ini dibuat dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, harus melaporkan diri kepada Pemerintah setempat;
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan;
3. Mentaati semua Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Penelitian kepada Bupati Polewali Mandar Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
5. Surat Izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata Pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Izin Penelitian ini dikeluarkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Polewali Mandar
Pada Tanggal, 05 Maret 2018

a.n. **BUPATI POLEWALI MANDAR**
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU



H. SUAIB JAMALUDDIN, SE., MM
Pangkat : Pembina Utama Muda
NIP. : 195806111 98801 1 001

Tembusan:

1. Unsur Forkopinda di tempat;
2. Camat Campalagian di tempat;



PEMERINTAH KABUPATEN POLEWALI MANDAR
KECAMATAN CAMPALAGIAN

Jl. Poros Majene, Desa Parappe, Kec. Campalagian Kode Pos 91353

SURAT KETERANGAN TELAH MENELITI
Nomor : 90 /Kec.CMP/430/03/2018

Berdasarkan Surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Nomor : 503/124/IPL/DPMPTSP/III/2018 Tanggal 05 Maret 2018 perihal tersebut diatas :

Nama : ARI PUTRA
NIM / NIDN / NIP : 13861421020
Fakultas : SENI DAN DESAIN
Agama : ISLAM
Jurusan : DSAIN KOMUNIKASI VISUAL
Alamat : DSN. SILOPO KEC.BINUANG

Telah melakukan penelitian di Desa Lagi-Agi Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar Mulai hari Senin Tanggal 2 Maret 2018 s/d 5 Maret 2018 dengan judul :

“ PERANCANGANG KEMASAN CANGGORENG SA'MA POLEWALI MANDAR “

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Campalagian, 8 Maret 2018

An. Camat Campalagian,
Sekcam,



Mahuddin S.Pd.i
Pangkat : Penata Tk.I
NIP : 19610630 198602 1 006



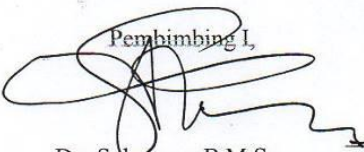
KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
Alamat: Kampus FSD UNM Parangtambung, Jl. Dg. Tata Makassar Makassar 90224. Telp (0411) 888524

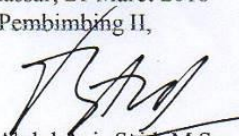
LEMBAR PERSETUJUAN

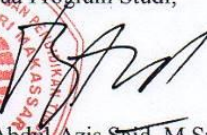
Yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa:

1. Nama : Ari Putra
2. NIM : 1386141020
3. Program Studi : Desain Komunikasi Visual
4. Judul : Perancangan Kemasan *Canggoreng Sa'ma* Polewali Mandar.

Hasil Penelitian Tugas Akhir yang disusun oleh mahasiswa tersebut di atas, telah kami periksa dan menyatakan memenuhi syarat/layak untuk **Melaksanakan Seminar Hasil Perancangan Tugas Akhir.**


Pembimbing I,
Drs. Sukarman B, M.Sn.
NIP. 19660811 199202 1 005

Makassar, 21 Maret 2018
Pembimbing II,

Drs. H. Abdul Azis Said, M.Sn.
NIP. 19581104 199003 1 003

Mengetahui:
Ketua Program Studi,

Drs. H. Abdul Azis Said, M.Sn.
NIP. 19581104 199003003



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS SENI DAN DESAIN

Alamat: Kampus FSD UNM Parangtambung, Jl. Dg. Tata Makassar 90224 Telp. (0411) 888524

Nomor : 705/UN36.21.2/TU/2018
Lampiran : 1 (satu) Eksamplar Draf Skripsi/Laporan Hasil Penelitian
Hal : Undangan Seminar Hasil/Konsultasi

Yth.:

1. Dr. Sukarman B., M.Sn. (Pembimbing I)
2. Drs.H.Abdul Azis Said, M.Sn. (Pembimbing II)
3. Irfan Arifin, S.Pd, M.Pd. (Reader)
di Makassar

Disampaikan kepada Bapak bahwa dalam rangka Seminar Hasil Penelitian Skripsi Mahasiswa a.n. Ari Putra NIM 1386141020 yang akan berlangsung pada :

Hari/Tanggal : Jumat, 13 April 2018
Waktu : 13.30 wita
Tempat : Ruang Dosen FSD UNM (Gedung DI Lantai II)

Maka kami mengharapkan kehadiran Bapak untuk menghadiri seminar tersebut guna memberikan masukan sebelum skripsi mahasiswa yang bersangkutan diujikan.

Judul Skripsi :

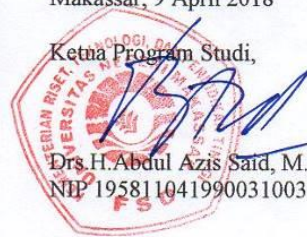
“ Perancangan Kemasan Canggoreng Sa’ma Polewali Mandar.

Demikian surat tugas ini disampaikan untuk dilaksanakan. Atas perhatian dan kerjasama Bapak diucapkan terima kasih.

Makassar, 9 April 2018

Ketua Program Studi,

Drs.H.Abdul Azis Said, M.Sn.
NIP 195811041990031003





KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS SENI DAN DESAIN

Alamat: Kampus FSD UNM Parangtambung, Jl. Dg. Tata Makassar 90224 Telp. (0411) 888524

Nomor : 991/UN36.21/PP/2018 24 Mei 2018
Lampiran : 1 (satu) Eksamplar Skripsi
Perihal : Ujian Sarjana Lengkap (skripsi)
Yth. : 1. Dr. Nurlina Syahrir, M.Hum.
2. Drs.H.Abdul Azis Said, M.Sn.
3. Dr. Sukarman B., M.Sn.
4. Drs.H.Abdul Azis Said, M.Sn.
5. Irfan Arifin, S.Pd, M.Pd.
6. Dr.Ir.Agussalim Djirong, MT.
di Makassar.

Dengan hormat, kami mengundang Saudara untuk menguji Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual

No	Nama Mahasiswa / NIM	Panitia Ujian
1.	Ari Putra/1386141020	1. Ketua Panitia : Dr. Nurlina Syahrir, M.Hum
		2. Sekretaris : Drs.H.Abdul Azis Said, M.Sn.
		3. Pembimbing I : Dr. Sukarman B., M.Sn.
		4. Pembimbing II : Drs.H.Abdul Azis Said, M.Sn.
		5. Penguji I : Irfan Arifin, S.Pd, M.Pd.
		6. Penguji II : Dr.Ir.Agussalim Djirong, MT.

Yang akan dilaksanakan Insya Allah :

Hari / tanggal : Rabu, 30 Mei 2018
Waktu : 16.00 Wita
Tempat : Ruang Dosen FSD UNM Gedung DI Lt. II
Judul : Perancangan Kemasan Canggoreng Sa'ma Polewali Mandar.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara diucapkan terima kasih.



Dr. Nurlina Syahrir, M.Hum.
NIP. 19630121 198903 2 001

RIWAYAT HIDUP



ARI PUTRA, atau yang lebih dikenal dengan ARI dilahirkan di Binuang pada 11 Juli 1995. Putra dari pasangan Muh.Basir dan Nurma ini merupakan anak ke 3 dari 6 bersaudara. Masa kecil beliau dihabiskan di kota Polewali Mandar. Pendidikan Terakhir ialah Sekolah Menengah kejuruan (SMK) dan melanjutkan studinya di Perguruan Tinggi di Kota Makassar dengan memilih Fakultas Seni dan Desain (FSD) Jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV) Universitas Negeri Makassar (UNM).

Tugas Akhir dengan judul:

“Perancangan Kemasan *Canggoreng Sa’ma* Polewali Mandar“